

REALISIERUNG UND UMSETZUNG:

TU Berlin | Gründungsservice
Hardenbergstraße 36A
10623 Berlin

www.gruendung.tu-berlin.de

IN KOOPERATION MIT:

Nationalem Alumniprogramm der TU Berlin
Straße des 17. Juni 135
10623 Berlin

www.alumni.tu-berlin.de

WERDEN SIE SPONSOR!

Als Sponsor unseres nächsten Katalogs bzw. der Ausstellung haben Sie die Möglichkeit, unser Vorhaben aktiv zu unterstützen. Gleichzeitig profitieren Sie durch die Nennung auf allen Werbematerialien und bei den Medienansprachen.

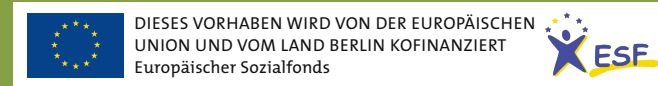
Kontakt: www.gruendung.tu-berlin.de



Profil zeigen II: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

An der TU Berlin wird nicht nur gelehrt und geforscht, sondern auch erfolgreich gegründet. Mit der Fortführung der Ausstellung möchten wir die Vielfalt weiterer Gründerpersönlichkeiten, die ihrer gegründeten Unternehmen und der Wege zur Gründung aufzeigen. Wir laden Sie herzlich ein, sich mit dem Thema Gründung auseinanderzusetzen und sich Ihr eigenes, vielleicht neues Bild von den Unternehmerinnen und Unternehmern der TU Berlin zu machen.

ISBN 978-3-931979-02-7



Profil zeigen II: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

Profil zeigen II: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

Unternehmen gründen. Die Zukunft in die eigene Hand nehmen

Wir unterstützen Sie in jeder Phase Ihres Gründungsvorhabens – egal, ob Sie nur eine erste Idee oder schon einen fertigen Businessplan haben.

UNSERE ANGEBOTE:

- Sensibilisierung
- Orientierung
- Beratung
- Qualifizierung
- Raum- und Gerätenutzung

KONTAKT

TU Berlin | Gründungsservice
Hardenbergstraße 36A
10623 Berlin

Tel: 030 / 314-78579

Email: gruendung@tu-berlin.de

www.gruendung.tu-berlin.de



Profil zeigen II:
Gründerinnen und
Gründer
der TU Berlin



Grußwort von Prof. Dr. Kurt Kutzler

PRÄSIDENT DER TECHNISCHEN UNIVERSITÄT BERLIN

Mit der Ausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« weist die Technische Universität Berlin ein weiteres Mal darauf hin, dass sie ihr Profil als unternehmerische Universität mit vielfältigen Angeboten zur Förderung von Gründungen in den vergangenen Jahren gezielt geschärft hat. Die Angebote reichen dabei von der Vermittlung von Gründungswissen in der akademischen Lehre über umfassende Beratungsangebote zur Geschäftsmodellentwicklung und Finanzierung, der Nutzung von Räumen und Geräten bis hin zu Qualifizierungsprogrammen im Rahmen der TU-Gründungsinitiative.

Diese Profilbildung trägt Früchte: Mittlerweile steht die Technische Universität Berlin in engem Kontakt zu knapp 650 Alumni, die ein eigenes Unternehmen gegründet haben. An der aktuellen Gründungsumfrage unter den bekannten 843 Ausgründungen haben sich bis dato 211 Unternehmen beteiligt, 78 % davon haben ihren Sitz im Großraum Berlin. Inzwischen sind daraus alleine in Berlin knapp 5.500 höchst qualifizierte Arbeitsplätze entstanden.

Die vom Europäischen Sozialfonds geförderte Wanderausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« aus dem Projekt HUMAN VENTURE setzt die Bemü-

hungen der Technischen Universität Berlin um ein gründungsfreundliches Klima fort. Seit 2007 stellt die Ausstellung einige der Alumni-Unternehmerinnen und Unternehmer der Technischen Universität Berlin vor. Der zweite Teil des als fortgeführte Reihe erscheinenden Ausstellungskatalogs »Profil zeigen II« beleuchtet die Eckdaten zu 25 gegründeten Unternehmen sowie das Profil der Gründerpersönlichkeit, ihre Gründungsmotivation und bisher erreichte Meilensteine. Ein besonderes Ziel der Ausstellung und des Kataloges ist es nicht zuletzt, das große Gründungspotenzial an der Technischen Universität Berlin pointiert und akzentuiert zu kommunizieren. Als Präsident der Technischen Universität Berlin ist es mir daher eine besondere Freude, der Wanderausstellung »Profil zeigen« und den vorgestellten Gründerinnen und Gründern weiterhin ein großes Gelingen sowie den Leserinnen und Lesern des Kataloges eine anregende Lektüre zu wünschen.

Berlin, im November 2008

Prof. Dr. Kurt Kutzler



Grußwort von Prof. Dr. Jürgen E. Zöllner

BERLINER SENATOR FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT
UND FORSCHUNG

Unternehmerisches Denken, Handeln und Wissen sind angesichts einer immer komplexeren und sich schneller wandelnden Umwelt ein wichtiges volkswirtschaftliches Element und bildungspolitisches Ziel. Insbesondere innovative und technologieorientierte Hochschulgründungen stärken den Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort Berlin, schaffen Arbeitsplätze und sichern Zukunftschancen für unsere junge Generation. Die Stadt bietet mit ihrer herausragenden technischwissenschaftlichen Infrastruktur, dem vielfach gerühmten »kreativen« Klima und einer hohen Lebensqualität vielfältige Chancen für Unternehmensgründerinnen und -gründer aus den unterschiedlichsten Branchen.

Ich freue mich, dass die Technische Universität Berlin die Förderung von Unternehmertum und Gründung als eine weitere wichtige universitäre Aufgabe neben Forschung und Lehre betrachtet. Mit ihren vielfältigen Angeboten unterstützt sie insbesondere innovative und technologieorientierte Gründungen und begleitete in der 2007 neu eröffneten Gründungswerkstatt mehrere Start-up-Teams auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit.

Die von der Berliner Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung im Rah-

men des Projektes HUMAN VENTURE geförderte Wanderausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« setzt ein weiteres Zeichen, indem sie erfolgreiche Gründerinnen und Gründer aus der Technischen Universität Berlin portraitiert und als Vorbilder darstellt. Der Ausstellungskatalog »Profil zeigen II«, der als Reihe erscheint und durch den Europäischen Sozialfonds und private Sponsoren finanziert wurde, stellt weitere 25 Alumni-Unternehmen ausführlich vor und spiegelt damit die Vielfalt der Unternehmensgründungen und das Gründungspotenzial der Technischen Universität Berlin an ausgewählten Beispielen wider. Ich danke ausdrücklich den Alumni-Unternehmen für ihre Unterstützung beim Zustandekommen dieser außergewöhnlichen Ausstellung. Den porträtierten Unternehmerinnen und Unternehmern wie der Technischen Universität Berlin mit ihren Gründungsangeboten wünsche ich weiterhin viel Erfolg.

Berlin, im November 2008

Prof. Dr. Jürgen E. Zöllner



Foto: TU Berlin

Profil zeigen II: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

An der Technischen Universität Berlin wird nicht nur gelehrt und geforscht, sondern auch erfolgreich gegründet.

Mit dieser Ausstellung möchten wir die Vielfalt weiterer 25 Gründerpersönlichkeiten, der gegründeten Unternehmen und der Wege zur Gründung aufzeigen.

Wir laden Sie herzlich ein, sich erneut mit dem Thema Gründung auseinanderzusetzen und sich Ihr eigenes, vielleicht neues Bild von den Unternehmerinnen und Unternehmern der Technischen Universität Berlin zu machen.

A. v. Matuschka

Agnes von Matuschka
Leiterin Gründungsservice

GEFÖRDERT VON



SPONSOREN



Inhalt

Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

8	Felix Elbing CryoSnow GmbH	44	Dr. Thomas Zettler LayTec GmbH	76	Kai Petzke teltarif.de Onlineverlag GmbH
12	Nurhan Yildirim neofonie GmbH	48	Christoph Hornung Mediber GmbH	80	Dr. Raphael Jung und Dr. Lars Zanzig Serviva GmbH
16	Kai Bolik GD GameDuell GmbH	52	Dr. Frank Leenders celares GmbH	84	Dr. Lars Podlowski SOLO AG
20	Prof. Dr.-Ing. Sigran Schindler Teles AG	56	Angelika Fittkau competitionline GmbH	88	Dr. Alexander Angersbach biotronix GmbH
24	Christoph Miethke Christoph Miethke GmbH & Co. KG	60	Thomas Kaufhold, Dr. Rasoul Mirkheshti und Dr. Frank Wölfe CONTECS GmbH	92	Iris Rabener centerra AG
28	Kai Althoff, Dr. Stefan Wolff und Jörg Biermann 4flow AG	64	Petra Maier CFX Berlin Software GmbH	96	Dr. Lutz Mackebrandt CMS AG
32	Tanja Köhler PASOS	68	Timo Kob HiSolutions AG	100	Wieland Mann enprobe GmbH
36	Peter Körber Körber GmbH Präzisionstechnik	72	Thomas Muhr ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH	104	Oliver Tzschätzsch ESCON GmbH
40	Daniela Ilieva WeltWeitBau GmbH				



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Man soll die Dinge nehmen,
wie sie kommen«

Felix Elbing
CryoSnow GmbH

Felix Elbing schreitet voran und führt den Besucher durch die tennisplatzgroße Produktionshalle seiner Firma, der *CryoSnow GmbH*. An Platz mangelt es hier nicht. Auf dem Boden stehen einige fertig montierte Geräte, auf einem Tisch liegen Einzelteile. Dazwischen ist viel freier Raum. »Diesen Gebäudeteil haben wir im vergangenen Jahr dazu gemietet und modernisiert«, sagt der Mitgründer und Firmenchef. »Wir wachsen!«

INNOVATIV MIT FLÜSSIG-CO₂ *CryoSnow* entwickelt und baut Reinigungs- und Strahlgeräte, die Oberflächenverunreinigungen trocken und lösemittelfrei beseitigen. »Wir verwenden Druckluft und CO₂-Schnee«, erläutert der 37-jährige Firmenchef, der das Unternehmen im Januar 2005 zusammen mit Marc Knackstedt gründete. Elbing ist Geschäftsführer, Knackstedt technischer Leiter. Zwei weitere feste Mitarbeiter gibt es, sowie diverse freie.

Die CO₂-Schneepartikel werden bei *CryoSnow* in den Geräten produziert und zwar mit Hilfe von flüssigem CO₂. Das ist, technisch gesehen, einzigartig und es senkt die Investitions- und Betriebskosten, wirbt Elbing. Der einzige Wermutstropfen: Das Verfahren ist laut:

80 bis 100 Dezibel entstehen, wenn die minus 78 Grad kalten CO₂-Partikel auf den jeweiligen Untergrund prasseln. Das entspricht in etwa der Geräuschkulisse einer vierspurigen Hauptverkehrsstraße.

»Ein großer Vorteil besteht indes in der Variabilität«, unterstreicht Felix Elbing. Mit dem Verfahren lassen sich Werkzeuge, Formen, Maschinen und Bauteile jeglicher Couleur säubern. Dementsprechend breit ist der Kundenkreis: Interessenten finden sich in der Automobil-, Kunststoff- und Chemieindustrie, bei Pharma- und Luftfahrtunternehmen. Sie versorgt *CryoSnow* mit handlichen Geräten für den mobilen Einsatz bis hin zu großen robotergesteuerten Anlagen – die Preisspanne reicht von 10.000 bis 50.000 Euro.

VOM NEBEL ZUM EIS Szenenwechsel. Bis 1996 studierte Felix Elbing an der TU Berlin Energie- und Verfahrenstechnik, anschließend ist er für einige Jahre wissenschaftlicher Mitarbeiter. Das erste Mal wird er im Jahr 2000 Mitgründer einer Firma: *Weather Technologies* entwickelt Anlagen zur Nebelbeseitigung auf Autobahnen und Flughäfen. Dort lernte er auch Marc Knackstedt kennen. »Gemeinsam kam uns irgendwann die Idee für *CryoSnow*.

Wir haben dann umgesattelt, weil es uns einfach lohnender erschien«, sagt Elbing. In der ersten Zeit finanzieren sich die Gründer mit Erspartem und einem kleinen Darlehen eines dritten, stillen Gesellschafters. »Die Entwicklung kostete ja keine Millionenbeträge und wir waren uns sicher, dass das Produkt am Markt eine gute Resonanz finden würde«, so Elbing. Bereits seit 1998 pflegt Elbing enge Kontakte zum Industrie- und Medizingas-Konzern Linde. Das zahlte sich in der Gründungsphase besonders aus. »Wir holten laufend Meinungen und Verbesserungsvorschläge ein, das gab uns Sicherheit«, sagt er. Die Geräte hatten von Anfang an Marktreife und sicherten dem jungen Unternehmen Einnahmen, vom ersten Tag seiner Gründung an.

DER STARKE PARTNER LINDE Die engen Bindungen zu Linde existieren auch heute. So wird das CO₂ in den CryoSnow-Geräten von dem DAX-Unternehmen geliefert. Das größte Plus besteht indes in Form einer Vertriebspartnerschaft. »Das ist sicher der Schlüssel unseres Erfolges«, sagt Elbing. Linde öffnet Türen für CryoSnow: Industrieunternehmen, die Gas beziehen, haben auch Reinigungsbedarf, den wiederum die Berliner Firma decken kann.

Für die Zukunft setzen die Gründer auf den Ausbau des internationalen Geschäfts. »Besonders in Osteuropa sehen wir lohnende Perspektiven«, sagt Elbing, der in seiner Freizeit gerne möglichst viel Zeit mit seiner Familie verbringt. Geordnetes Wachstum stellt der Firmenchef in Aussicht. Das heutige vierköpfige Unternehmen wird nicht sprunghaft größer werden. »Eine zehnköpfige Vertriebsmannschaft aufzubauen, ergibt für uns keinen Sinn«, ist Elbing überzeugt. Kleine, konzentrierte Schritte – dabei wird es bleiben.

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Energie- und Verfahrenstechnik – Dipl.-Ing. Energie- und Verfahrenstechnik (1996)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2005

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
CryoSnow GmbH
www.cryosnow.com



ZUR PERSON
Felix Elbing

MOTTO
»Man soll die Dinge nehmen, wie sie kommen. Aber man sollte dafür sorgen, dass die Dinge so kommen, wie man sie nehmen möchte.«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Risiko eingehen und durchhalten.

PREISE
Gewinner des Innovationspreises Industrie 2007, Kategorie Produktionstechnik / Gewinner des Lilienthal-Preises 2007 / Gewinner des Industriepreises 2008, Kategorie Oberflächentechnik

»Erfolg ist kein Zufall, sondern harte Arbeit«

Nurhan Yildirim
neofonie GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Anfangs hätte ich nie gedacht, dass ich mich mal so über eine Umlaufmappe oder eine vernünftige Terminplanung freuen würde«, sagt Nurhan Yildirim und lächelt. Anfangs, das war 1998. Damals gründete die heute 35-jährige TU-Absolventin gemeinsam mit ihren Studienkollegen Helmut Hoffer von Ankershoffen und Oli Kai Paulus – auch heute noch Mitgesellschafter – die Firma *neofonie*, die sich vor allem mit intelligenten Suchmaschinen und anderen Internetlösungen einen Namen gemacht hat. Zwei Jahre später arbeitete das 20 Mitarbeiter große Unternehmen immer noch so wie ganz am Anfang: »Wir hatten nicht einmal eine Sekretärin«, erinnert sich die Berlinerin, die in Schöneberg aufwuchs. »Das haben wir nicht für nötig gehalten, weil wir dachten, alles selbst mal eben machen zu können.«

Heute bekommt Nurhan Yildirim, die in schwarzem T-Shirt und Jeans auf den ersten Blick gar nicht wie eine Geschäftsführerin eines Unternehmens mit 150 Angestellten wirkt, manche Entscheidungen eben nur noch zur Unterschrift vorgelegt. »Das hilft ungemein, sich auf die wichtigen Dinge zu konzentrieren.«

DIE ORGANISATION MUSS STIMMEN Die fehlende Organisation in den frühen Jahren sieht sie heute als kleinen Fehler an – der aber zum Glück keine negativen Folgen hatte: Bis auf eine kleine Wachstumsdelle zum Ende des New Economy-Booms 2001 steigerte die *neofonie GmbH* beständig Umsatz und Mitarbeiterzahl. Ohne finanzielle Hilfe von außen: »Wir haben uns immer aus unserem eigenen Cash Flow finanziert und noch nie einen Kredit aufgenommen.« Auch das mag geholfen haben, die Internetkrise zu überstehen.

Dieser Erfolg hat für die agile Geschäftsführerin mehrere Ursachen. »Wir haben die Firma nicht gegründet, um reich zu werden. Wir haben uns einfach immer für unsere Produkte interessiert«, beschreibt sie, wie *neofonie* aus einem Drittmittelprojekt entstand. Das Verlagshaus Gruner & Jahr hatte das FLP/KIT-Institut der TU Berlin, an dem Nurhan Yildirim als studentische Hilfskraft arbeitete, mit der Entwicklung der ersten deutschsprachigen Suchmaschine für das Internet beauftragt. Es entstand »Fireball«, anschließend die News-Suchmaschine »Paperball«. Danach war aus rechtlichen Gründen Schluss mit der Drittmittelarbeit. Das Verlagshaus aus Hamburg legte Nurhan Yildirim und ihren Kollegen nahe, als

Tochterunternehmen von Gruner & Jahr weiterzuarbeiten. »Das wollten wir aber nicht, wir wollten eine eigene Firma.«

LANGE KUNDENBEZIEHUNGEN ERARBEITET
neofonie nahm den Auftrag mit in die Firmen-gründung, ein riesiger Vorteil. »Hinzu kommt, dass wir sehr pünktlich und vertragsgemäß unsere Arbeiten erledigten.« Zudem wechselte ein Projektleiter von Gruner & Jahr zu AOL – und führte *neofonie* dort als Dienstleister ein. »Seitdem arbeiten wir auch für AOL, so wie wir für viele Kunden schon sehr lange tätig sind.« Zu den heutigen Kunden des Marktführers für skalierbare Suchportale und große Internetauftritte zählen heute auch Firmen wie die Scout24-Gruppe, die sich zum Beispiel mit Fahrzeug- oder Immobilienseiten einen Namen gemacht hat. Momentan verändert sich *neofonie* ein wenig, das Angebot wird breiter. »Es war für uns wichtig, dass wir unser Geschäftsmodell erweitert haben. Leistungen in den Bereichen Design und Usability haben wir früher gewissermaßen nebenbei erbracht, heute bieten wir sie auch offiziell an.«

ARBEITEN IN FREUNDLICHER ATMOSPHÄRE
Ständige Anpassung an den Markt, Kontakte pflegen, Vertrauen aufbauen: So will die Firma, die direkt neben der Charité auf zwei Büroetagen sitzt, bei ihren Kunden punkten. Die Atmosphäre ist persönlich, von der Chefin bis zur Vorzimmerdame, vom Entwickler bis zum Hausmeister duzen sich alle – »ein klassisches 3C-Unternehmen sind wir aber nicht.« Caviar, Champagner, Concorde gehören für Nurhan Yildirim auf die Seite der New Economy, auf der *neofonie* nie stand. »Wir feiern zwar unser zehnjähriges Bestehen mit einem großen Fest, aber so richtig wohl fühle ich mich auf solchen Veranstaltungen nicht.« Im Mittelpunkt stehen ist nicht ihr Ding, sagt sie. Auch wenn es um ihre Rolle als Frau in der männerdominierten IT-Welt geht, vertritt Nurhan Yildirim ganz klare Positionen. »Ich fand zum Beispiel an der Uni die reinen Frauencomputerräume oder die Frauentutorien immer blöd. Eine Frau, die sich durchsetzen will, muss das auch ohne schaffen«, erklärt sie. Auf der anderen Seite hält sie viel davon, mehr Frauen in technische Berufe zu bringen – »die Förderung muss aber viel früher anfangen, damit die Mädchen schon in der Schule gleiche Chancen haben.«

ZUR PERSON
Nurhan Yildirim

MOTTO
»Erfolg ist kein Zufall, sondern harte Arbeit. Manchmal hilft das Glück etwas nach.«

PREISE
Auszeichnung beim Innovationspreis 2006 – Initiative Mittelstand, Kategorie Wissensmanagement / Auszeichnung beim Innovationspreis 2008 – Initiative Mittelstand, Kategorie Internet-Service

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Informatik – Dipl.-Inform.
(1998)

JAHR DER GRÜNDUNG
1998

MITARBEITER
mehr als 100

UNTERNEHMEN
neofonie GmbH
www.neofonie.de



»Der Mensch ist nur da ganz Mensch, wo er spielt!« (Schiller)

Kai Bolik

GD GameDuell GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Als Kind spielte er mit seiner Großmutter Schach, begeisterte sich für alle möglichen Arten von Gesellschaftsspielen. Später entwickelte er gemeinsam mit einem Freund ein neues Monopolspiel – mit Kreuzungen, neuen Ereignisfeldern und so vielen Regeln, dass nur die beiden Jungs das Spiel beherrschten. Heute dagegen ist Kai Bolik für Einfachheit und klare Regeln, wenn es um Spiele geht. Auch deswegen führt seine Firma *GameDuell* unangefochten den deutschen Onlinespielmärkte an. Auf der Internetseite kann man mit- und gegeneinander Spiele wie Skat, Mahjongg, Rommé oder Solitaire kostenfrei oder um kleine Geldbeträge spielen. Zehn Millionen Nutzer sind hier derzeit registriert.

DAS UNTERNEHMEN INTERNATIONALISIEREN

Klare Strukturen mag Kai Bolik auch, wenn er von seiner Karriere und seinem Unternehmen spricht. Jedes Wort sitzt, wenn der zweifache Vater zum Beispiel von der Internationalisierung seines Unternehmens berichtet, das seit diesem Jahr nach Ländern wie den Niederlanden, Frankreich, Spanien oder Großbritannien auch den weltgrößten Internetmarkt, die USA, erobern will. »Die Finanzierungsrunde dafür haben wir hinter uns, nun können wir

uns an die Arbeit machen«, erklärt der 41-Jährige, der in Halle/Saale aufgewachsen ist. Nach dem Studium in Dresden, Berlin, Frankreich und den USA schloss Kai Bolik 1996 in Elektro- und Nachrichtentechnik an der TU Berlin ab. Seine erste Stelle nahm er bei der Boston Consulting Group an, wechselte anschließend zu Bertelsmann und später zu Lycos Europe. »Dort habe ich neue Unternehmenstöchter im Ausland aufgebaut und vorübergehend eine Organisation mit 300 Mitarbeitern geführt.« Diese Erfahrungen in einem großen Unternehmen zu sammeln, hält Bolik für sehr wichtig. »Man lernt sehr viel von den Kollegen. Außerdem gibt es ein gutes Korrektiv für mögliche Fehler, die man beim ersten Mal macht.«

FÄHIGKEITEN MÜSSEN SICH ERGÄNZEN

Als er sich 2003 mit seinen beiden Mitgründern Boris Wasmuth und Michael Kalkowski selbstständig macht, vereinen die drei eine Menge Know-how. »Es ist enorm wichtig, dass man sich gut ergänzt – sowohl von den beruflichen Erfahrungen als auch charakterlich«, beschreibt Bolik, wie er und die beiden anderen ihre unterschiedlichen Fähigkeiten einbringen. Wichtig für ihn ist dabei auch, dass er

selbst als »Techniker« einen fachmännischen Blick auf die Entwicklung der *GameDuell*-Angebote werfen kann, auch wenn er selbst natürlich nicht mehr an der Programmierung beteiligt ist.

Den Start des Unternehmens legen die drei Gründer fast schon klassisch im Wohnzimmer hin. »Uns war klar, dass Geschicklichkeits- und Gesellschaftsspiele ohne großen Lernaufwand im Internet noch unterrepräsentiert waren. Nicht wegen des Themas, sondern wegen der technischen und damit finanziellen Möglichkeiten.« Bis 2003 fehlten günstige Serverkapazitäten und Bandbreiten. Als dieses Problem lösbar schien, war die *GameDuell GmbH* dennoch kein Selbstläufer. »Immerhin war erst einige Jahre zuvor die New-Economy-Blase geplatzt.«

INVESTOREN MIT IM BOOT *GameDuell* ist nach Boliks Wissen das erste größere Internetunternehmen, das damals mit Hilfe von externen Investoren gegründet wird. Burda Digital Ventures und Holtzbrinck Ventures finanzierten die Firma damals mit. Zwei so starke Partner mit ins Boot holen zu können, liegt auch an der guten Vorbereitung, ist Bolik sicher. »Wir hatten den Markt, den Wettbewerb und die

Kunden analysiert, viele Eventualitäten bedacht.« Dennoch war diese Zeit enorm anstrengend. »Wenn ich nicht meine Mitgründer gehabt hätte, weiß ich nicht, ob ich das durchgehalten hätte«, plädiert Bolik für das Gründen im Team.

Seit 2005 ist das Unternehmen profitabel, mittlerweile der drittgrößte Werbetreibende im gesamten deutschen Internet – und verzweifelt auf der Suche nach guten, passenden und engagierten Mitarbeitern in den Bereichen Programmierung, Produktentwicklung, Kundenservice, Controlling und Marketing, die das 80-köpfige Team in den kommenden Jahren verdoppeln sollen. Einfach ist das nicht, weiß Bolik aus Erfahrung. »Wir suchen lieber etwas länger. Wir legen sehr viel Wert auf die richtigen fachlichen Fähigkeiten und stellen sicher, dass der neue Mitarbeiter auch persönlich gut zu uns passt, weil eine inspirierende und leistungsfähige Unternehmenskultur die Grundlage für unseren Erfolg ist.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik
(1996)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2003

MITARBEITER
51–100

UNTERNEHMEN
GD GameDuell GmbH
www.gameduell.de



ZUR PERSON
Kai Bolik

MOTTO
»Der Mensch ist nur da ganz Mensch, wo er spielt!«
(Schiller)

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Am wichtigsten ist eine gute Vorbereitung: Mit Hilfe detaillierter Markt-, Wettbewerbs- und Kundenanalysen und der richtigen Planung kann man Fehlentscheidungen und Unsicherheiten für die Zukunft sehr stark reduzieren.



Foto: Teles AG

»Begabung, Disziplin und Selbstvertrauen ...«

Prof. Dr.-Ing. Sigrum Schindler
Teles AG

21

Die Sonne brennt auf das Hochhaus am Ernst-Reuter-Platz in Berlin herab als wolle sie es versengen, und die schützende Jalousie in Sigrum Schindlers verglastem Büro in der obersten Etage rollt sich zusammen. »Das ist die Thermik«, lächelt der 72-Jährige. »Die Jalousiesteuerung denkt, der Aufwind kündigt einen Sturm an.« Dabei ist am Himmel kein Wölkchen zu sehen. Schindler nimmt's gelassen, wenn es heiß wird, sagt er. Seit 25 Jahren ist der emeritierte Informatikprofessor ruheloser Unternehmer und hat Phasen stürmischen Wachstums und Rückschläge erlebt – Hochs und Tiefs kennt er, und er versucht, sie für sich zu nutzen.

EIN JOGGENDER SENATOR ALS INITIALZÜNDUNG »Schuld war Elmar Pieroth, der wollte seinerzeit möglichst viele Professoren dazu bringen, Firmen zu gründen«, entgegnet Schindler auf die Frage, warum er Unternehmer wurde. Den Rest der Geschichte erzählt er so: Irgendwann Anfang der 80er Jahre sieht TU-Professor Schindler nachts den Berliner Wirtschaftssenator in einer Kneipe. Es ist zwei Uhr morgens als Schindler geht, Pieroth bleibt. Schindler steht früh auf. Im Halbschlaf blickt er aus dem Fenster – und sieht den Mor-

gensport treibenden Wirtschaftssenator vorüber joggen. »Das hat mächtig Eindruck auf mich gemacht!«, erinnert sich Schindler. »Ich dachte: Wenn einer soviel Disziplin hat, dann solltest Du seinen Rat prüfen!«

Das Ergebnis der Prüfung war die *Teles*-Gründung 1983, einem Unternehmen für Text- und Kommunikationstechnologien. Anfang der 90er Jahre wird die Firma zu einem führenden Hersteller von ISDN-Endgeräten für den PC-Massenmarkt. 1996 erfolgt ihre Umwandlung in eine AG, 1998 der Börsengang. Später setzte *Teles* u. a. mit der Strato AG erfolgreich auf Webhosting-Dienstleistungen und mit der Gravis GmbH auf den Apple-Vertrieb. Noch später verkaufte Schindler die Gravis mehrheitlich an ihre Gründer und die Strato vollständig an die Freenet AG. Zwischenzeitlich hatte die *Teles* AG mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, derzeit nur etwa 300. Schrumpfungsprozesse gehören zum Unternehmerdasein dazu, ist Schindler überzeugt. Und sie hätten etwas sehr Gutes an sich, weil man sich in ihnen auf seine Stärken konzentriert.

RISIKOFREUDIG UND IDEENREICH Wie er das Unternehmerdasein empfindet, nach sei-

ner früheren Ordinarienherrlichkeit? »Als Unternehmer müssen Sie ebenso fleißig und zäh wie ideenreich und risikofreudig sein.« Voller Energie rutscht Schindler auf dem Ledersofa umher und macht eine wischende Handbewegung. »Aber das Entscheidende ist in beiden Bereichen Glück und Gespür!« Und das könne man nicht lernen. Heißt das, er selbst sieht sich als geborener Unternehmer? Der Angesprochene lächelt und verschränkt die Arme hinter dem Kopf. »Anfang der 90er waren unsere ISDN-Karten ein Bestseller, da passte alles. Dagegen setzten drahtlose Internetzugänge via Satellit sich nie durch.« Er schüttelt den Kopf. »Obwohl die Technik klasse war!« Mal verliert und mal verdient die *Teles* viele Millionen Euro. Bis Ende 2008 wird sie jedoch insgesamt rund 100 Millionen Euro Dividende an ihre Aktionäre ausgeschüttet haben. Die Eigenkapitalquote wird dann immer noch über 60 Prozent liegen. Finanziell stehe das Unternehmen sehr gut da, betont Schindler stolz. Heute hat sich *Teles* wieder auf die Entwicklung von Infrastruktursystemen für die Telekommunikationsbranche konzentriert, auf die so genannte »Next Generation Networks-Technologie« – weil das NGN-Marktsegment sehr schnell wächst und die *Teles* hier

den Anschluss zu den großen Global Players glaubt herstellen zu können.

DER WISSENSCHAFTLER-UNTERNEHMER »Angefangen habe ich als Wissenschaftler, der nichts vom Unternehmertum wissen wollte. Heute bin ich Unternehmer, der etwas von seiner Wissenschaftlervergangenheit profitiert«, sagt Schindler über sich. Seine intellektuelle Umtriebigkeit und Kreativität führt er auf seine Sozialisierung im Vielvölkergemisch Polens seiner Kinderjahre zurück. Diese Eigenschaften sind sein größtes Potenzial, sagt er. An einen Rückzug aufs Altenteil denkt er noch lange nicht, auch wenn die operative Führung von *Teles* inzwischen in jüngeren Händen liegt. Seiner eigenen Stiftung möchte er sich stärker widmen, weniger arbeiten wird er nicht. Er zuckt mit den Schultern »Sie ist mein größtes Vergnügen und liebstes Hobby: Kreative und ordentliche gedankliche Arbeit.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Mathematik –
Dipl.-Math.

MITARBEITER
mehr als 100

UNTERNEHMEN
TELES AG
www.teles.de



ZUR PERSON

Prof. Dr.-Ing. Sigram Schindler

MOTTO

»Begabung, Disziplin und Selbstvertrauen sind Voraussetzung – entscheidend aber ist Glück.«

PREISE

High-Tech Entrepreneur des Jahres 1997 / 1. Platz beim »Master of Excellence« – Die meisten Arbeitsplätze 1999 / Gewinner des European IST Prize 1999 / 3. Platz beim »Unternehmen des Jahres« 2004, Kategorie TecDax / Auszeichnung als Kopf des Monats durch das Team »Projekt Zukunft« der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen im Januar 2004



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Am Ende fallen die Scherben zur Vase zusammen«

Christoph Miethke

Christoph Miethke GmbH & Co. KG

25

»Eigentlich wollte ich ja Mediziner werden, aber mein Abitur war zu schlecht«, erzählt Christoph Miethke, wenn er sich an seine Studienentscheidung vor 24 Jahren zurückerinnert. Der Wunsch, als Arzt zu arbeiten, kam während seines Zivildienstes im Krankenhaus auf, in dem der heute 48-Jährige, der das Abitur auf dem zweiten Bildungsweg machte, »Menschen sah, die ihre Krankheiten würdevoll ertrugen, die litten und starben.« Statt Medizin studierte er aber Maschinenbau mit dem Schwerpunkt Biomedizinische Technik an der TU Berlin – und sorgt heute mit seinen innovativen Produkten dafür, dass Kinder und Erwachsene, die am Hydrozephalus (zu deutsch Wasserkopf) leiden, ein leichteres Leben haben.

Die neurochirurgischen Ventilsysteme aus Titan, die die 35 Mitarbeiter der *Christoph Miethke GmbH und Co. KG* in Potsdam entwickeln, produzieren und auf den Markt bringen, regulieren zum Beispiel den Fluss des Wassers im Kopf. »Das würde ansonsten zu viel Druck erzeugen und könnte schließlich das Gehirn angreifen«, berichtet der Gründer, der leger in Polohemd und Cordhose in seinem riesigen Büro am Schreibtisch sitzt.

Bevor er mit der eigenen Firma in die großzügigen Räume einer ehemaligen Reiterkaserne mitten in Potsdam einziehen konnte – »wenn wir mehr Platz brauchen, gebe ich auch gerne etwas von meinem Büro an meine Mitarbeiter ab« –, arbeitete Miethke während des Studiums als studentische Hilfskraft in mehreren Instituten.

FÖRDERMITTEL HALFEN BEI DER GRÜNDUNG

Aus einem dieser Jobs heraus entstand 1992 die eigene Firma, auf Vorschlag seines Professors. »Er bot mir an, Geschäftsführer in seinem Unternehmen zu werden, für das er allerdings noch kein Geld zusammen hatte.« Miethke kümmerte sich auch um die Finanzierung und wurde so selbst zum Gründer. »Damals war das recht einfach, weil die Fördermittel so reichlich flossen«, erinnert er sich an die guten Startbedingungen. Mit einer Million DM startete die Firma, 850.000 davon waren Zuschüsse.

Aber auch die fehlenden 150.000 musste Miethke erst einmal auftreiben. »Ich hatte damals kein Geld, aber scheute auch nicht davor zurück, mir das zu leihen.« Seinen Mut führt er darauf zurück, dass er eine Art Gründermentalität von seinem Vater geerbt und von seinem

Schwiegervater abgeschaut hat, die beide Unternehmer waren. Jedenfalls waren die ersten Jahre, in denen er mit einem angestellten Ingenieur und studentischen Hilfskräften forschte und entwickelte, durch das Geld abgesichert.

PATIENTEN UND ÄRZTE WAREN BEGEISTERT

Als es um den Verkauf der Produkte ging – das erste kam 1995 auf den Markt – war die Situation nicht mehr ganz so komfortabel. »Die zweite Förderphase lief 1996 und 1997 rein über Kredite«, berichtet Miethke. »Aus unserer Sicht waren die Kredite vollkommen sicher, weil wir wussten, wie gut unsere Produkte waren. Davon mussten wir erst einmal die Banken überzeugen.« Nach kurzer Zeit aber kamen so viele gute Rückmeldungen der Patienten, rieten immer mehr Neurochirurgen zu den Produkten von *Miethke*, dass das Geschäftsmodell auf sicheren Beinen stand. Christoph Miethke und sein Team begannen sehr früh mit dem Marketing, was er heute als große Stärke sieht. »Wir waren so schnell, dass zum Beispiel ein Kunde in Frankreich unsere Produkte wollte, obwohl sie noch gar nicht zugelassen waren.« Er selbst hatte zwar in seiner Ausbildung wenig betriebswirtschaftliche Kenntnisse mitbekommen, aber er hatte ge-

nügend Ratgeber – und die Fähigkeit, deren Meinung einzuordnen. »Man muss jeden Rat reflektieren, die Entscheidungen aber selbst treffen«, lautet seine Grundeinstellung. »Dazu gehört auch, dass man einmal unangenehme Wahrheiten aussprechen muss.«

MITARBEITER MÜSSEN VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Ein offenes Wort will Miethke, der in seiner Freizeit gerne segelt und – nach eigener Aussage – mit wenig Talent, aber engagiert Gitarre spielt, auch weiter in seinem Unternehmen pflegen. Das heißt aber nicht, dass er als Chef alle Entscheidungen selbst treffen muss, sagt er. »Es kommt darauf an, dass man sein Unternehmen so organisiert, dass auch die Mitarbeiter in vielen Bereichen Verantwortung übernehmen können.« Wichtig ist für den Gründer, dass man ein ausgeglichenes Verhältnis von Arbeit und Freizeit schafft. »Mich hat das Unternehmertum zwar von Anfang an gepackt, ich habe aber immer möglichst vermieden, am Wochenende zu arbeiten«, sagt der dreifache Vater. »Wenn Sie meine Frau fragen, klingt das vielleicht anders – aber ich bin überzeugt, dass man an einem 16-Stunden-Arbeitstag auch nicht viel mehr schafft, als in zehn Stunden.«

ZUR PERSON

Christoph Miethke

MOTTO

»Am Ende fallen die Scherben zur Vase zusammen!«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Jedweden Rat reflektieren, die Entscheidungen aber selber treffen. Bei mehreren Gründern die Interessensabgrenzung von Beginn an ausdiskutieren. Sich nicht vor unangenehmen Gesprächen drücken. Geschäftspläne selber erstellen und besser kennen als der Steuerberater.

PREISE

Gewinner des Innovationspreises Berlin-Brandenburg 1999 / Anerkennung beim Unternehmens-Innovationspreis der IHK Potsdam 2006

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)

Maschinenbau – Dipl.-Ing.
Maschinenbau (1991)

JAHR DER GRÜNDUNG

1992

MITARBEITER

21–50

UNTERNEHMEN

Christoph Miethke GmbH
& Co. KG
www.miethke.com

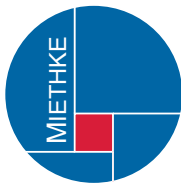




Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Liebe Deine Kunden« Kai Althoff, Dr. Stefan Wolff und Jörg Biermann 4flow AG

29

Jeden Freitag wird gemeinsam gefrühstückt, für Wochenendarbeit dürfen die Beschäftigten einen Tag frei machen, es gibt kaum Mitarbeiterfluktuation. Das Arbeitsklima bei der 4flow AG ist gut. Das dokumentieren auch die Preise beim Wettbewerb »Great Place To Work«, die das Logistik-Software- und Beratungsunternehmen im Mittelstand für ganz Europa und unter allen Unternehmen in Deutschland belegte. Aber, ist das wirklich wichtig, um erfolgreich zu sein?

Stefan Wolff, Kai Althoff und Jörg Biermann beantworten die Frage mit einem klaren »ja!« Für die drei Absolventen der TU Berlin und 4flow-Gründer gehören Leistung und Laune untrennbar zusammen: »Wir können unsere qualitativ hochwertige Arbeit nur leisten, wenn wir mit einem guten Team langfristig zusammenarbeiten«, erklärt Wolff, der Wirtschaftsingenieurswesen an der TU Berlin studierte und anschließend dort promovierte. »Außerdem haben wir nicht gegründet, um schnellen Gewinn mit einem Verkauf des Unternehmens zu machen«, ergänzt Althoff. »Wir und unsere Mitarbeiter wollen hier viele Jahre zufrieden arbeiten und dabei nicht in gestresste, lustlose Gesichter blicken«, erklärt der Wirtschaftsingenieur.

AUS BERATERN WURDEN GRÜNDER Die drei Gründer – Biermann ist ebenfalls Wirtschaftsingenieur – arbeiteten am Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung zusammen, einem Unternehmen, das aus der TU Berlin entstanden war. Wolff als Partner, die beiden anderen als Projektleiter, berieten dort bis zur eigenen Gründung im Jahr 2000 Unternehmen in Fragen der Logistik. »Wir haben damals mit einfachen Programmen wie Excel oder Access gearbeitet und realisiert, dass zu einer guten Beratung auch spezialisierte Software aus einer Hand kommen sollte«, schildert Althoff die Grundidee. Im Rahmen des bestehenden Unternehmens schienen die Möglichkeiten begrenzt, hinzu kam die Gründerstimmung der Jahrtausendwende.

»Wir sind zwar kein Dotcom-Unternehmen, haben aber sicherlich davon profitiert, dass damals Kapital verfügbar war«, erläutert Wolff. Eine Tochter der Jenoptik finanziert die Gründung, mit BMW ist der erste Software-Kunde schnell gefunden. »Wir haben in Zusammenarbeit mit dem Autohersteller eine Branchenversion unseres Programms entwickelt, das wir dann auch an andere Firmen aus der Automobilbranche verkaufen konnten«, berichtet Althoff vom Start des Unternehmens.

EIN GROSSES NETZWERK HILFT UNGEMEIN

4flow wächst von Anfang an, jährliche Umsatzsteigerungen zwischen 25 und 30 Prozent sind die Regel. 80 Prozent der Aufträge kommen aus der Fahrzeugindustrie. Neben BMW zählen MAN, Daimler oder Magna zu den Kunden – aber 4flow arbeitet auch für den Chemieriesen Lanxess, Leifheit oder Thyssen-Krupp. Für die Unternehmen optimieren die Berliner, deren 75 Mitarbeiter in einem imposanten Gründerzeit-Gebäude unweit der TU sitzen, Materialflüsse von den Zulieferern über die Produktion bis hin zu den Kunden. »Uns hat in der Gründungsphase sehr geholfen, dass wir durch unsere vorherige Berufserfahrung viele Logistiker kennengelernt haben – der Erstkontakt zu den Kunden fällt dadurch viel leichter«, berichtet Jörg Biermann.

DIE EIGENEN ERFAHRUNGEN WAREN EIN GUTER RATGEBER

Stefan Wolff ist zuversichtlich, dass der Vorsprung, den 4flow vor der Konkurrenz hat, weiter zum Wachstum beitragen wird. »Wir waren mit der Idee, Software und Beratung aus einer Hand zu bieten, vier, fünf Jahre schneller als unsere Wettbewerber«, erklärt der 43-jährige vierfache Vater. »Viele Unternehmen, die nur auf Be-

ratung fokussiert waren, gibt es nicht mehr oder sie sind stark geschrumpft.« Die Erfahrung aus der eigenen angestellten Berufstätigkeit hat sehr geholfen, berichtet Althoff. »Wir wussten schließlich am besten, was am Markt gefehlt hat.« Obwohl von den drei Gründern nur Jörg Biermann aus einer Selbstständigen-Familie stammt, hatten alle drei von Anfang an klare Vorstellungen, wie die Firma zu führen ist. »Es ist enorm wichtig, die Kommunikation zwischen den einzelnen Berufsgruppen im Unternehmen aktiv zu fördern«, sagt Wolff. »Ein Ingenieur muss mit einem Programmierer sprechen können. Das muss nicht nur fachlich, sondern auch menschlich klappen.« Da kommt das gemeinsame Frühstück am Freitag wie gerufen.

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Wirtschaftsingenieurwesen –
Dipl.-Ing. Wirtschafts-
ingenieurwesen
(Kai Althoff: 1998)
(Jörg Biermann: 1997)
(Dr. Stefan Wolff: 1989)

JAHR DER GRÜNDUNG
2000

MITARBEITER
51–100

UNTERNEHMEN
4flow AG
www.4flow.de



4flow. Wir gestalten Logistik.

ZUM TEAM

Kai Althoff, Jörg Biermann,
Dr. Stefan Wolff

MOTTO

»Liebe Deine Kunden!«

**UNSER RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**

Vor der Gründung ein Netzwerk schaffen, sich Bekanntheit erarbeiten. Ein tolles Produkt allein reicht nicht für den Erfolg, der Marktzugang ist entscheidend.

PREISE

Gewinner des Fast 500 EMEA Awards 2006 und des Technology Fast 50 Awards 2006 / Gewinner des Innovationspreises 2007 ITK, Kategorie Logistik / 2. Platz beim »Great Place to Work« 2008, Kategorie Unternehmen bis 500 Mitarbeiter / 3. Platz beim »Best Workplaces in Europe 2008«, Kategorie Unternehmen mit 50 bis 499 Mitarbeitern

»Eine Idee ist das, was allein noch nicht genügt«

Tanja Köhler

PASOS



Foto: Andres

Wer Tanja Köhler in ihrem Essener Büro besucht, hat die Chance, Hui Buh zu begegnen. Oder einem Cowboy, Baggerfahrer oder Fußballstar, je nachdem, in welche Rolle ihr zweijähriger Sohn Mika gerade schlüpft. Dieses ungewöhnliche Prominententreffen ist nicht Ausdruck eines Betreuungsproblems. Im Gegenteil: Die 40-jährige Arbeits- und Organisationspsychologin arbeitet bewusst von zuhause aus. »Ich möchte Mika bei mir haben und in einer familiären Atmosphäre tätig sein«, sagt die TU-Absolventin. Familie samt Kinderfrau und Beruf gehören für sie eng zusammen.

KINDERGESCHREI IM BÜRO Natürlich, auch das macht die gebürtige Schwäbin klar, gibt es Regeln und ruhige Minuten, in denen Mika möglichst nicht gerade mit Töpfen und Deckeln herumlärmt. »Aber wenn ein Manager mit mir sprechen will, muss er ab und zu auch akzeptieren, dass im Hintergrund Kindergeschrei ertönt«, sagt Tanja Köhler. Geschadet hat ihr die ungewöhnlich enge Verknüpfung von Familie und Beruf bisher nicht. Mit ihrer Firma *PASOS Organisationsberatung und Personalentwicklung* betreut sie Kunden wie Audi, Maggi und zahlreiche Mittelständler, entwickelt Konzepte zur Teambildung, zum Kon-

fliktmanagement oder für Führungskräfte-seminare. Und sie setzt diese Ideen auch um, reist viel und leitet Trainings und Workshops selbst. Sohn Mika ist oft dabei, betreut von der Oma.

STUDIUM IN REKORDZEIT Bis zur Selbstständigkeit war es für Tanja Köhler ein langer Weg. Nach einer Lehre als Groß- und Außenhandelskauffrau und verschiedenen Jobs in der Heimat und in Hamburg kam sie auf die Idee, zur Universität zu gehen – ihren Mann, der ebenfalls an der TU studierte, lernte sie übrigens als Mitfahrgelegenheit auf ihrem Weg nach Berlin kennen. Nach einem Studium in Rekordzeit und mit Einserabschluss – »ich wusste endlich, was ich wollte« – arbeitete sie direkt in einer Beratungsfirma als Leiterin des Geschäftsfeldes Personalentwicklung. »Da bin ich eigentlich zu hoch eingestiegen, wenn man meine Qualifikation betrachtet – aber ich habe unheimlich viel gelernt«, berichtet sie, während sie in der Küche einen Cappuccino macht. Eine Selbstständigkeit hingegen kam damals überhaupt nicht in Frage, »ich bin eher der Sicherheitstyp.« Wegen inhaltlicher Differenzen verlässt sie das Unternehmen nach drei Jahren – und steht erst einmal vor dem Nichts.

»Der Kontakt mit Headhuntern und viele Vorstellungsgespräche machten mir vor allem klar, was ich nicht will – in einem Unternehmen arbeiten, in dem ich mich nicht entfalten kann.« Ihre Freundin Myriam Nürnberger, mit deren Firma Trainer-Team sie eng zusammenarbeitet, und ihr Vater raten ihr, sich selbstständig zu machen. »Zugleich sprachen mich ehemalige Kunden an, die auch weiterhin mit mir zusammenarbeiten wollten. Die Zeichen standen günstig, also sagte ich »ja«, erzählt sie von der Gründung im Jahr 2005.

OFFEN FÜR KOOPERATIONEN Von Anfang an schreibt die Firma schwarze Zahlen, nicht zuletzt weil die Anfangsinvestitionen äußerst gering sind. »In meinem Bereich sind Netzwerke und Kontakte das A und O«, erklärt Tanja Köhler. »Man muss offen sein für Kooperationen und bereit sein, nicht nur zu nehmen, sondern auch zu geben«, erläutert sie ihre Philosophie. PASOS hat ein zweites Büro im heimatlichen Spaichingen in Baden-Württemberg, in dem Tanja Köhler mit fünf Freiberuflern zusammenarbeitet. »Wir sind zwar alle selbstständig, aber für größere Aufträge schließen wir uns zusammen und bilden Teams.«

Kooperatives Arbeiten ist ihr wichtig, und das Engagement für andere setzt sie auch in ihren Aufträgen um. »Wenn wir zum Beispiel Teamentwicklung machen, versuchen wir das immer mit einem guten Zweck zu verbinden.« Manager raufen sich dementsprechend nicht am Konferenztisch oder bei einem Kletterworkshop zusammen – »auch das kann Spaß machen und sehr effektiv sein« –, sondern gehen gemeinsam in Drogenberatungen und Kindergärten. Oder die Nachwuchskräfte eines Unternehmens organisieren gemeinsam ein Konzert für die Mitarbeiter, für ihre Familien und Freunde. Die Erlöse werden gespendet. Dieses soziale Engagement durchzieht Tanja Köhlers gesamtes Leben. Sie arbeitete schon als Jugendliche ehrenamtlich für die DLRG, im Studium in einer Drogen- und Krisenberatung in Berlin, während ihrer Zeit in Hamburg sogar als Feuerwehrfrau. Auch heute noch betreut sie trotz Firma und Kind manche Projekte ehrenamtlich. »Auch wenn die Zeit immer knapper wird, möchte ich doch gerne immer wieder etwas anstoßen.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Psychologie – Dipl.-Psych.
(2001)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2005

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
PASOS
Organisationsberatung &
Personalentwicklung
www.pasos-pe.de



ZUR PERSON
Tanja Köhler

MOTTO
»Wege entstehen dadurch,
dass man sie geht.« (Kafka)

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Zieht die Turnschuhe an
und bewegt Euren Hintern.
Überlegt, wer Eure intelli-
genten Netzknoten sind
und aktiviert diese gezielt.

PREISE
2 Auszeichnungen bei der
Initiative »Deutschland – Land
der Ideen« 2008, Kategorie
Wirtschaft und Kategorie
Gesellschaft

»Schnelligkeit, Qualität und Flexibilität«

Peter Körber

Körber GmbH Präzisionstechnik



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Um das große Auto mit dem silber glänzenden Stern auf der Motorhaube hatte sich eine kleine Traube aufgeregt schnatternder Kindern aus der Nachbarschaft gebildet – der 13-jährige Peter Körber mittendrin. Sie alle kannten den Fahrer des Wagens gut. Der Brauereidirektor stieg aus, lächelte, grüßte die Herbeigeeilten, öffnete den Kofferraum und schenkte jedem eine Flasche Bier für die Eltern. »Das machte Eindruck. Seitdem wusste ich, was ich werden will«, sagt der heute 60-jährige grinsend. »Direktor!«

»VON ZEHN SCHNELLEN ENTSCHEIDUNGEN SIND NEUN RICHTIG« Daraus ist nichts geworden. Dafür ist Körber Gründer und Chef der vitalen *Körber GmbH Präzisionstechnik*, einem Zulieferer der Automobilindustrie. Die Firma bearbeitet komplexe Aluminiumteile, die vornehmlich in Pkw-Motoren Verwendung finden. Rund dreieinhalb Mio. Drosselklappengehäuse und Dieselpumpenflansche, aber auch Frontabdeckungen entstehen auf dem Werksgelände in Berlin-Reinickendorf; seit kurzem auch in einem Werk in South Carolina. Kunden sind große Zulieferer wie Continental, Bosch oder Pierburg. *Körber* wächst pro Jahr um 20 bis 50 Prozent, sagt der Chef.

170 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden in diesem Jahr voraussichtlich einen Umsatz von 23 Mio. Euro erwirtschaften. Dabei fing alles sehr klein an – mit Stimmgabeln.

1977 fasste der an der TU Berlin zum Wirtschaftsingenieur ausgebildete Körber den Entschluss, sich selbstständig zu machen. Technischer Leiter in einem Berliner Lebensmittelbetrieb war er, und frisch getrauter Ehemann. »Wir wollten in die Flitterwochen. Mein Chef, ein Feudalherr reinsten Wassers, wollte unbedingt, dass ich arbeite. Mein Vorgesetzter war überraschend krank geworden. Ich sagte: So nicht!« Die Vermählten fuhren in den lange zuvor genehmigten Urlaub, Körber kehrte dem Angestelltendasein den Rücken. »Mach' dich selbstständig, wir packen das!«, riet ihm seine Frau. Er befolgte den Rat.

LÖTEN, FRÄSEN, SCHWITZEN Gepackt haben sie es, aber es war nicht leicht, gibt Peter Körber zu. Für 60.000 DM – 12.000 Mark Eigenkapital, der Rest geliehen – kauft er einen winzigen Berliner Werkzeugbetrieb. Drei Arbeiter fertigen hier Fernschreiberteile und Stimmgabeln. »Firma und Mitarbeiter machten einen guten Eindruck, da habe ich nicht lange gefackelt«, sagt Körber. Er macht das

gerne: nicht lange fackeln, und er zählt das zu seinen großen Stärken: »Transparente Zahlen sind immer nur die Grundlage, entscheidend ist das Bauchgefühl. Von zehn schnellen Entscheidungen sind neun richtig.«

Die ersten Jahre sind schwierig: Der frisch gebackene Unternehmer braucht eine Ausnahmegenehmigung, um den Betrieb leiten zu dürfen, denn er ist kein Handwerksmeister; mechanische Fernschreiber entpuppen sich in Windeseile als Technologie von gestern; das Ringen um Aufträge und Kunden ist zäh; Körber steht selbst an der Werkbank, lötend, fräsend, schwitzend. 1980 lässt er sich von einem Vertreter seine erste Computer gesteuerte Maschine (CNC) für die Fertigung, ja man muss sagen, aufschwätzen. »Der hat mich so lange umworben, bis ich ›ja‹ gesagt habe.« Von da an geht es bergauf.

»EIN UNTERNEHMER MUSS SEINEN WERT KENNEN« Das Unternehmen bekommt seinen ersten Serienauftrag von Audi: 5.000 Drosselklappengehäuse. Mitte der 80er Jahre stellt Körber die komplette Fertigung auf CNC-gesteuerte Maschinen um. Sein Credo: Schnelligkeit, Qualität und Flexibilität. So trotz er der billigeren asiatischen Konkurrenz

bis heute erfolgreich. 1997 steigt die Firma in die Großserienfertigung ein, ohne das alte Geschäft aufzugeben. »Das ist eine unserer großen Stärken«, erklärt der Chef. »Wir können mit extrem kurzer Anlaufzeit Kleinst- und Großserien fertigen. Unsere Kunden schätzen das sehr.« Sein Rat: »Ein Unternehmer muss wissen, was seine Produkte oder Dienstleistung nicht substituierbar macht, dann kennt er seinen Wert.« Und am besten holt man sich potenzielle Kunden ins Haus und zeigt ihnen genau, wie der Laden tickt: »Es gibt keine bessere Akquise.«

Ende der 90er Jahre macht Körber seine, wie er sagt, bitterste Erfahrung: Der langjährige Betriebsleiter und Körbers rechte Hand heuert bei der Konkurrenz an, mit einem Batzen Betriebsgeheimnisse im Gepäck. Der Konkurrent warnt Körber, und der feuert den Vertrauten. »Ich bin vorsichtig geworden«, sagt er. Vertrauen schenkt er seit 2002 vornehmlich seinem Sohn Benjamin, der im Unternehmen für die kaufmännische Leitung zuständig ist.

Und, gibt es ein Leben nach der Arbeit? Körber lacht und versetzt trocken: »Nein, ich arbeite – 14 Stunden am Tag.« Als Direktor hätte er es kaum anders getroffen.

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Wirtschaftsingenieurswesen –
Dipl.-Ing. Wirtschafts-
ingenieurswesen (1975)

JAH R DER GRÜNDUNG

1977

MITARBEITER

über 100

UNTERNEHMEN

Körber GmbH
Präzisionstechnik
www.koerber-berlin.de



ZUR PERSON

Peter Körber

MOTTO

»Schnelligkeit, Qualität und
Flexibilität zählen.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Strikt den eingeschlagenen
Weg verfolgen.

PREISE

Gewinner des Großen Preises
des Mittelstandes 2002,
Top 100

ENGAGEMENT

Träger der Humboldt-Plakette
BA Reinickendorf

»Nur wenn man selbst begeistert ist ...«

Daniela Ilieva

WeltWeitBau GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Daniela Ilieva hat Energie. Und sie kann überzeugen. Das merkt man sofort, wenn man ihr am Konferenztisch in der stuckverzierten Firmenvilla in Berlin-Zehlendorf gegenüber sitzt. Die Geschäftsführerin der WeltWeitBau GmbH, die sie 1997 gemeinsam mit Andreas Laabs gründete, erzählt von ihren Produkten mit solch einer Begeisterung, das man diese sofort ausprobieren möchte. Dabei sind es hochspezialisierte Computerprogramme für die Bauindustrie, mit denen man zum Beispiel Daten verschiedener CAD (Computer Aided Design)-Programme konvertieren, komplexe Projekte oder Immobilienbestände verwalten kann.

Dass sie einmal ein Unternehmen gründen würde, hätte die heute 45-Jährige in ihrer Jugend nie gedacht. Sie stammt aus Bulgarien, kam 1986 nach Berlin. »In meiner Heimat gab es damals gar keine Selbstständigen«, erzählt sie. Ihr Vater war Bauingenieur und sie studierte ebenfalls Bauwesen in Sofia. »Als ich nach Deutschland übersiedelte, wurde mein Studium nicht komplett anerkannt und ich musste das Hauptstudium wiederholen«, erinnert sie sich an ihren Start in Berlin. In Windeseile absolvierte sie das Studium mit dem Schwerpunkt Bauinformatik an der TU Berlin und fand ihren ersten Job. »Das war gar nicht

so einfach, weil es kurz vor der Wiedervereinigung war und der Bauboom noch lange nicht angefangen hatte.«

BRANCHENFREMD SEHR VIEL GELERNT Daniela Ilieva arbeitete zunächst abseits der Bauwelt, in einer Firma, in der sie Telekommunikationssoftware programmierte. »Aber ich habe dort unglaublich viel gelernt, der erste Job war sehr wichtig für mich.« Im Studium beschäftigte sie sich zwar mit der Informatiktheorie – wie man aber ein Softwareprojekt in allen Schritten organisiert, wie bedeutend Konzeption, Dokumentation, Qualitätssicherung, Kundenservice und Marketing für das Gelingen sind, erfuhr sie erst im Job.

Nach vier Jahren bekam sie das Angebot, am Institut für Bauinformatik als wissenschaftliche Mitarbeiterin zu arbeiten und ihre Promotion zu schreiben. »Unser Projekt sollte den Datenaustausch in der Baubranche erleichtern, da hier sehr viele heterogene Programme existieren.« Der Projektpartner – die Softwaretochter eines Baukonzerns – übertrug am Ende des Projektes Daniela Ilieva und ihrem Kollegen Andreas Laabs die Forschungsergebnisse, da sich der Konzern aus dem Softwarebereich verabschiedete.

AUF DIE PROMOTION VERZICHTET »Mit unserer Entwicklungsarbeit im Rücken konnten wir die Gründung wagen«, erzählt die zweifache Mutter, die auf ihre Promotion mit einem lachenden und einem weinenden Auge verzichtete. »Ich musste meine wissenschaftliche Arbeit wegen der Firmengründung vorzeitig aufgeben.« Heute noch ist das einer der wenigen Gründe, warum sie manchmal an der Selbstständigkeit zweifelt. »Ich hätte wegen meiner Kontakte – und gerade auch, weil Frauen im Bauwesen gesucht werden – gute Chancen gehabt, eine Professur zu bekommen.« Die Firma aber lief gut an, mit Unterstützung durch einen Businessplan-Wettbewerb und Förderung durch das Programm FUTOUR des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Fehler machte das junge Unternehmen natürlich auch: »Wir haben viel zu spät mit dem Marketing und dem Vertrieb begonnen«, sagt Daniela Ilieva. »Unsere Ausbildung war eben sehr technisch orientiert. Wir haben uns deshalb zu sehr auf unsere Produkte fokussiert, von denen wir selbst immer sehr überzeugt waren und sind.«

DER ERSTE KUNDE ALS REFERENZ Dennoch gelang der Markteinstieg. Das Staatliche Baumanagement des Landes Niedersachsen ließ sich in einer Präsentation von den Qualitäten der *WeltWeitBau*-Produkte für sein Projekt- und Liegenschaftsmanagement überzeugen. »Der erste Kunde ist für ein junges Unternehmen gerade in der Softwarebranche Gold wert, denn er dient als Referenz«, erklärt Daniela Ilieva. Und als Multiplikator, denn die Niedersachsen luden *WeltWeitBau* zu einem Länder übergreifenden Treffen ein, an dessen Ende die Länder Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein als neue Kunden standen. Seither geht es aufwärts, der Verband der Automobilindustrie, verschiedene öffentliche Institutionen und Ingenieurbüros nutzen die Produkte des Zehlendorfer Unternehmens, in dem mit den Gründern zwölf Bauingenieure, Informatiker und Architekten arbeiten. »Wir wären gerne schneller gewachsen«, berichtet Daniela Ilieva, »aber dann hätten wir fremdes Geld annehmen müssen. So sind wir unabhängig, sehr flexibel, schnell und können alles selbst entscheiden. Und das macht an der Selbstständigkeit mit am meisten Spaß.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Bauinformatik – Dipl.-Ing.
Bauinformatik (1990)

JAH
DER GRÜNDUNG
1997

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
WeltWeitBau Ingenieur-
gesellschaft für
angewandte Bauinformatik
mbH
www.wwbau.de



ZUR PERSON
Daniela Ilieva

MOTTO
»Nur wenn man selbst begeistert ist, kann man andere begeistern.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Jede Chance ergreifen. Vertrieb und Marketing gleichwertig mit der Entwicklung von neuen Ideen gewichten. Netze und Beziehungen konsequent aufbauen.

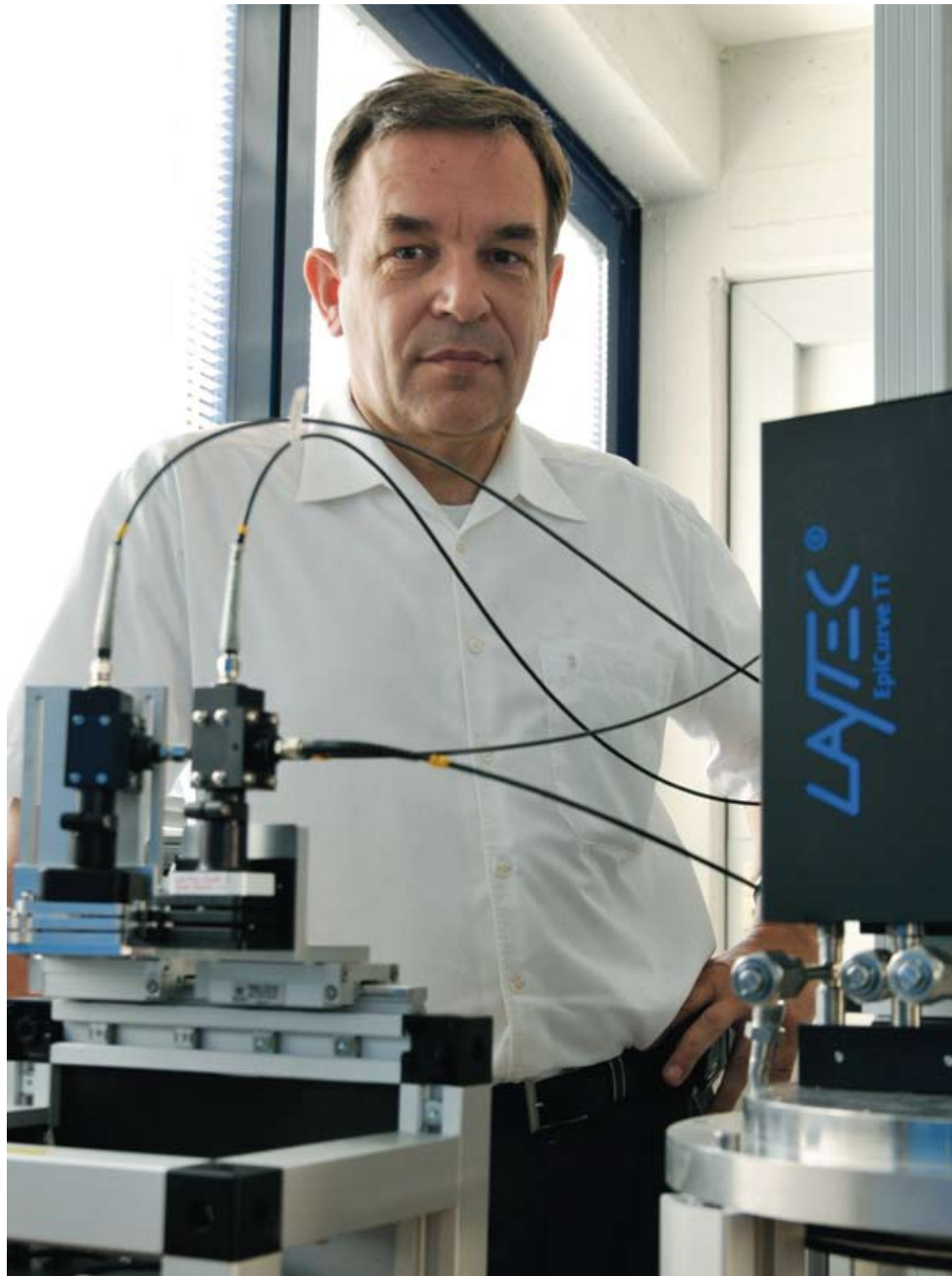


Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Verantwortung tragen« Dr. Thomas Zettler LayTec GmbH

45

Am Anfang war das in-situ Messsystem. Thomas Zettler und seine Mitarbeiter entwickelten Ende der 90er Jahre am Institut für Festkörperphysik der TU Berlin eine Messtechnik für Dünnschichtprozesse, die unmittelbar in die Produktionsanlagen in der Optoelektronikindustrie integriert wird. Fachkollegen aus anderen Instituten wollten diese nutzen – nach den ersten Gerätelieferungen an Forschungseinrichtungen klopfte bald auch der erste Industriekunde an die Tür. Die Unikate verwandelten sich in Kleinserien. »Eine solche Arbeit war neben der Forschung in einer Universität vertriebs- und fertigungstechnisch nicht mehr zu bewältigen«, erinnert sich der 49-Jährige an diesen finalen Gründungsimpuls.

UNI ODER UNTERNEHMEN 1999 hob er gemeinsam mit seinen Doktoranden Kolja Haberland und Markus Weyers, Abteilungsleiter am Berliner Ferdinand-Braun-Institut, das Unternehmen LayTec aus der Taufe, welches heute anerkannter Marktführer in seinem Bereich ist. Gleich in den ersten Jahren kamen weitere TU-Absolventen ins Team und verstärkten das LayTec-Management. Zwei Jahre blieb Zettler der Uni treu. »Aber irgendwann musste ich mich entscheiden: Entweder

ich arbeite 70 Stunden pro Woche und mache dabei weder meine Firmen- noch die universitäre Arbeit richtig gut. Oder ich arbeite konsequent nur für die LayTec GmbH und leite mein Unternehmen mit vollem Einsatz.«

Zettler schlug sich ganz auf die Unternehmensseite – und bereute es nicht. »Mit einem guten Team als Selbstständiger kreativ und federführend zusammenzuarbeiten, macht sehr viel Spaß.« Zettler erledigte anfangs zwar Aufgaben wie Buchhaltung und Vertrieb selbst, legte sie aber so schnell wie möglich in »kompetentere« Hände. »Am Anfang kommt man mit einem kundigen Patentanwalt, einem guten Steuerberater und einer ordentlichen Buchhaltungssoftware ganz gut hin«, sagt er. »Es ist wichtig für einen Gründer, diese Einblicke anfangs selbst zu haben. Man sollte sich aber baldmöglichst auf seine Kernkompetenzen konzentrieren.«

GUT ZUHÖREN UND WEITERBILDEN Anfänglich fehlende Kenntnisse in der Unternehmensführung hat Zettler durch intensive Weiterbildung erworben: »Ich bin immer aufmerksam durch die Unternehmen gegangen, mit denen wir zu tun hatten – um zu lernen, wie sich diese organisieren.« Hinzu kamen

gute Fachbücher und wichtige Gespräche mit anderen Unternehmern und kompetenten Partnern im eigenen Unternehmen. »Nur so konnte ich für *LayTec* die richtigen Entscheidungen treffen – zum Beispiel, welche neuen Produkte für welche Märkte wir nach unserem ›Gründungsprodukt‹ entwickeln sollten.«

Einer der Erfolg versprechenden Zukunftsmärkte für die *LayTec*-Technik ist zum Beispiel die Fertigungsüberwachung von weißen und blauen LED. »Man schätzt in der Branche, dass hocheffiziente LED-Lichtquellen die Glühlampen und Energiesparlampen bis 2020 abgelöst haben werden«, erklärt Zettler. Ebenso arbeiten Maschinen, die etwa blaue Laser für BluRay-Disc Player herstellen, mit neuester *LayTec*-Technologie: winzigste Abweichungen in deren Herstellungsprozess werden in Echtzeit entdeckt und an die Steuerung übermittelt. Fast alle auf diesen Gebieten führenden großen Konzerne zählen zu *LayTecs* Kunden.

STETIGES WACHSTUM VON ANFANG AN Seit der Gründung ist das Unternehmen stetig, erfolgreich und stets profitabel gewachsen. 35 Mitarbeiter werden im Jahr 2008 einen Umsatz von rund sechs Mio. Euro erzielt haben.

»Mit unserer Wachstumsrate liegen wir im absoluten Spitzenfeld der deutschen Technologieunternehmen. Und wir haben noch viel vor«, blickt Zettler in die Zukunft. Solarzellen, organische Displays oder moderne Speichermedien nennt der Gründer als einige Anwendungsbeispiele für die integrierte Messtechnik. *LayTec* soll zudem weiter wachsen und ist deswegen immer auf der Suche nach kompetenten heutigen und künftigen Absolventen der TU Berlin und anderer Hochschulen der Region.

Zettler hat sich mittlerweile aus der Geräte-Entwicklung herausgezogen, um sich ganz auf die Geschäftsführung zu konzentrieren. »Ich kann so besser Prozesse optimieren und viel objektiver die Schnittstellen zwischen Entwicklung und Marketing oder zwischen Kundenservice und Vertrieb verbessern«, sagt er. »Das ist das Spannende in einem Technologieunternehmen: Die persönliche Entwicklung geht immer weiter.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Physik –
Dipl.-Phys. (1984, HUB)
Habilitation (1997, TUB)

JAH
R
D
E
R
G
R
Ü
N
D
U
N
G
1999

MITARBEITER
21–50

UNTERNEHMEN
LayTec GmbH
www.laytec.de



ZUR PERSON

Dr. Thomas Zettler

MOTTO

»Leitende Manager sind für weit mehr verantwortlich als für den Gewinn: Sie sind ebenso verantwortlich dafür, dass alle Mitarbeiter am Erfolg teilhaben, den erst sie ermöglichen – und sie tragen auch Verantwortung gegenüber der Gesamtheit der Kunden und der Gesellschaft!«
(David Packart, Mitgründer von HP – 1947)

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Just Do It.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»WWFSMD (What Would Flying Spaghetti Monster Do?)« Christoph Hornung Mediber GmbH

49

Die Idee kam Anfang des Jahrtausends und anders als manch andere Idee, die kommt, kurz verweilt und dann wieder geht, blieb sie. Christoph Hornung studierte Mathematik an der TU Berlin, mit Nebenfach Informatik. Parallel dazu jobbte er als Softwareentwickler, und machte hier und da die ersten negativen Erfahrungen in der Berufswelt: Launische Chefs, schlechte Arbeitsatmosphäre, halbgare Produkte. Von dort ist es nicht mehr weit bis zu jener Idee, die im Kern ganz simpel ist: »Wir wären die besseren Unternehmer.«

Und, sind sie es geworden? Eine klare Aussage und ein gleichzeitiges Schmunzeln ergeben die Antwort des 29-Jährigen: »Ich glaube, wir sind auf einem guten Weg!« »Wir«, das sind die Gründer der *Mediber GmbH*, wozu neben Hornung noch der Mediziner Alexander Brandt und der Mathematiker Sebastian Mansow-Model zählen. *Mediber* ist so jung wie seine Chefs. So jung, dass es ihr Produkt noch gar nicht am Markt gibt. Seit 2005 arbeiten und feilen sie an einer Software, die die Dokumentation von Krankendaten in Kliniken schneller und effektiver machen soll. Bald, Ende des Jahres, soll sie in den Verkauf gehen.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN DER KLINIK Man stelle sich einen Arzt am Bett eines Patienten vor, empfiehlt Christoph Hornung. Während oder direkt nach der Untersuchung, nimmt der Mediziner einen tragbaren, mit einem Stift bedienbaren PC zur Hand, einen so genannten Tablet PC. Damit trägt er den Befund direkt in eine Datenbank ein. »Unser Softwaresystem analysiert die aktuelle Eingabesituation mit Methoden der künstlichen Intelligenz und passt die Benutzeroberfläche flexibel daran an«, erklärt Hornung, der bei *Mediber* die technische Entwicklung leitet. Der Arzt findet immer genau jene Elemente vor, die zur Dokumentation gerade benötigt werden. Das vergleichsweise langsame Ausfüllen unübersichtlicher Formulare entfällt; die Daten können direkt für administrative Prozesse, etwa die Abrechnung, weitergenutzt werden. Im fünfstelligen Eurobereich wird das System preislich liegen.

Die Macher von *Mediber* sind Schritt für Schritt vorgegangen. Und sie legten Wert auf eine wenn auch nicht üppige, so doch sichere Finanzierung. Sie verstanden es, ihre Geschäftsidee immer wieder aufs Neue zu prüfen und zu verfeinern. Wettbewerbe spielten dabei eine wichtige Rolle. Am Anfang

standen die Teilnahme und das hoffnungsvolle Abschneiden am »Microsoft Tablet-PC Student Challenge«. Dann Businessplan-Wettbewerbe in Berlin-Brandenburg und Dortmund sowie später das »EXIST-SEED«-Programm an der TU Berlin. Schließlich hatte das Firmenkonzzept die nötige Reife, und die Gründer das nötige Selbstvertrauen. »Zum Ende der Förderung hin, im Dezember 2006, war uns allen klar, dass wir es wirklich wollen«, erklärt Christoph Hornung.

GELD AUS DEM HIGHTECH-GRÜNDERFONDS

Im März 2007 erhält *Mediber* die Zusage der Gründerwerkstatt der Technischen Fachhochschule Berlin für eine Förderung über eineinhalb Jahre. Das reicht schließlich, um einen Softwareprototypen zu entwickeln. Ende 2007 bekommt *Mediber* eine jener heiß begehrten Zusagen durch den Hightech-Gründerfonds. Der Deal: 500.000 Euro Investment für das junge Unternehmen. Im Gegenzug gewähren die Gründer eine Beteiligung von 15 Prozent. Eine entscheidende Rolle spielt dabei der erfahrene Berater Thomas Schröter von eVentureCat. Seit 2006 steht er den drei Gründern als Unternehmenscoach mit Rat und Tat zur Seite. »Die Zusammenarbeit war und ist für

uns sehr hilfreich, denn sie zwingt uns zur Konzentration auf das jeweils Wesentliche und Machbare«, sagt Christoph Hornung.

START-UP-MENTALITÄT ALS MANGELWARE

Seitdem ist *Mediber* deutlich gewachsen. Neben den drei Chefs arbeiten acht weitere Mitarbeiter an ihrer persönlichen Mondlandung: dem Markteintritt. »Wir suchen weitere Programmentwickler, aber das ist gar nicht so einfach«, seufzt Kino- und Schachfan Hornung. Start-Up-Mentalität sei bei Uni-Absolventen leider häufig Mangelware. Geschätzt werde berufliche Sicherheit – und ein üppiges Gehalt, das gerade aufstrebende Kleinunternehmer nicht zahlen können.

Das liebe Geld – auch die 500.000 Euro aus dem Topf des Hightech-Gründerfonds werden nicht ewig währen. »Wir arbeiten schon heute an der Anschlussfinanzierung. Für Mitte 2009 muss die in trockenen Tüchern sein«, sagt Christoph Hornung. Bedenken, dass sie es nicht schaffen, hat er keine. Und jetzt klingt seine Prognose noch viel sicherer: »Ich glaube an unser Produkt und unser Team. Wir werden gute, erfolgreiche Unternehmer!«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Mathematik –
Dipl.-Math. (2005)

JAH R DER GRÜNDUNG
2007

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
Mediber GmbH
www.mediber.de



ZUR PERSON

Christoph Hornung

MOTTO

»WWFSMD (What Would Flying Spaghetti Monster Do?)«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Gut recherchieren und mit viel Widerstand rechnen, sich aber nicht entmutigen lassen und einfach loslegen.

PREISE
2. Platz in der ersten Stufe des Businessplan-Wettbewerbs Berlin Brandenburg 2005 /
3. Platz beim Start2Grow Businessplanwettbewerb 2006



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Immer wieder weitermachen« Dr. Frank Leenders celares GmbH

53

Mehrfach in der bisher kurzen Geschichte der *celares GmbH* musste das Berliner Biotechnologie-Unternehmen kritische Phasen überstehen. Das Geld wurde knapp, größere Aufträge fehlten. »Wir haben uns immer neue Fristen gesetzt, in denen wir bestimmte Ziele erreicht haben wollten«, erinnert sich Geschäftsführer Frank Leenders an die schweren Jahre zwischen 2005 und 2007. »Aber selbst wenn wir unsere ursprünglichen Pläne nicht halten konnten, gab es zumindest einen Silberstreif am Horizont, so dass ich immer wieder weitermachen wollte«, erzählt der TU-Absolvent, der das Unternehmen 2003 gründete.

DURCHHALTEN LOHNT SICH Das Durchhalten hat sich gelohnt, sagt Leenders heute recht gelassen. Die *celares GmbH*, die ihren Sitz in einem Gründerzentrum in Berlin-Buch hat, gewinnt kontinuierlich Kunden: Kleinere Biotech-Unternehmen, aber auch größere Pharmakonzerne nutzen zunehmend die Dienstleistungen von Leenders und seinen Mitgründern Ralf Krähmer und Günther Pätz sowie den mittlerweile sechs Mitarbeitern. Das Hauptprodukt von *celares* sind Polyethylenglykol (PEG)-basierte Anwendungen: Biopharmazeutische Wirkstoffe wie Proteine

oder Peptide werden mit Polyethylenglykol gekoppelt, das die Wirkstoffe zum Beispiel in Krebs- oder HIV-Medikamenten umhüllt. Es macht sie damit länger wirksam und schützt sie gegen den vorzeitigen Abbau durch körpereigene Enzyme und die Abwehr durch das Immunsystem.

POTENZIAL IM PRODUKT GESEHEN An der »PEGylierung« – so nennt man das Verfahren auch – arbeitete der vom Niederrhein stammende 41-jährige nach Studium und Promotion zunächst bei dem Steglitzer Unternehmen Medical Enzymes AG. Dort forschte er nach biopharmazeutischen Krebswirkstoffen und begleitete die ersten klinischen Studien für diese Produkte. »Ich sah in dem Verfahren so viel Potenzial, dass ich auch in Zukunft damit weiter machen wollte.« Das Unternehmen befand sich aber im Umbruch: Statt die Entwicklung weiterer Wirkstoffe und Anwendungsgebiete zu forcieren, konzentrierte sich Leenders' Arbeitgeber allein auf die klinische Entwicklung eines einzelnen Krebsmedikaments. »Das war mir zu wenig – und deswegen haben wir selbst gegründet«, sagt Leenders. Mit Hilfe von zwei Gründungsfinanzierungen begannen er, Pätz und Krähmer sowie ihre

zwei eingestellten Mitarbeiter zu forschen, meldeten zwei weitere Patente an und waren bereit, mit ihren eigenen PEG-Produkten an den Markt zu gehen – »nur leider ging uns nach zwei Jahren das Geld aus. Die ursprünglich für die Markteinführung eingeplante Anschlussfinanzierung gelang uns nicht«, erinnert sich Leenders selbstkritisch.

AN DIE CHANCE GEGLAUBT 2005 gab es für Leenders deshalb nur zwei Alternativen: »Dichtmachen oder unser Know-how als Dienstleistung verkaufen.« Die Gründer glaubten an ihre Chance und schlugen den zweiten Weg ein. Die Aufgabe der ursprünglichen Gründungsidee scheint für *celares* eine gute Entscheidung gewesen zu sein. »Wir verbessern nun mit zum Teil zugekauften Regagenzien die Medikamente von klassischen Pharmaunternehmen, denen die Möglichkeiten und die Flexibilität fehlen, das erforderliche Know-how im eigenen Betrieb aufzubauen«, erklärt Leenders, wie seine Firma im wachsenden Markt der Biopharmazeutika offenbar eine Nische gefunden hat. »Um das umsetzen zu können, muss man allerdings viel mehr als Verkäufer handeln«, beschreibt Leenders, wie er heutzutage weit

öfter als früher den Laborkittel gegen einen Anzug tauschen muss. »Unser Produkt ist sehr erklärungsbedürftig; deswegen müssen wir jeden einzelnen Kunden überzeugen, dass wir unser Geld wert sind.« Durch die Neupositionierung haben Leenders und Kollegen aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht einige verlorene Jahre hinter sich. »Wir haben insgesamt natürlich deutlich weniger verdient, als wenn wir als Angestellte weitergearbeitet hätten.« Seitdem die *celares GmbH* aber wieder rund läuft, stört das den Gründer und Familienvater wenig. »Es waren zwar harte Zeiten, vor allem auch, wenn man an die Verantwortung für die Mitarbeiter und die eigene Familie denkt – auf der anderen Seite haben wir in den ersten Jahren so vieles gelernt, dass wir nun unseren Job sehr gut machen können.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Biotechnologie – Dipl.-Ing.
Biotechnologie (1994)

JAH R DER GRÜNDUNG
2003

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
celares GmbH
www.celares.com



MOTTO
»Vertraue als Unternehmer bei allen Entscheidungen letztlich immer auf Dein Urteilsvermögen, denn niemand ist mehr am Erfolg Deines Unternehmens interessiert, als Du selbst.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Bereits vor der Gründung Kontakte zu Partnern aus der Industrie herstellen. Kaufmännisches Know-how mit ins Unternehmen holen. Unterstützung durch erfolgreiche Gründer und Seminare suchen.

PREISE
1. Platz beim Businessplan-Wettbewerb Berlin Brandenburg 2003

»Immer zwei Schritte weiter denken« Angelika Fittkau competitionline GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Oft, wenn Angelika Fittkau auf andere Gründer trifft, denkt sie, »der hat aber eine tolle Idee gehabt.« Dabei muss sie sich mit ihrer Firma, der *competitionline GmbH*, nicht verstecken, denn die dazugehörige Internetplattform ist in ihrem Bereich einmalig – und erzielte im bisher stärksten Monat April 2008 1,9 Millionen Aufrufe. Institutionen aus den Bereichen Architektur-, Stadt- und Landschaftsplanung können auf der übersichtlichen Seite ihre Wettbewerbe ausloben. Die entsprechenden Büros können sich und ihre Wettbewerbsergebnisse präsentieren.

Angelika Fittkau ist gebürtige Berlinerin, aber keine geborene Unternehmerin. »Mir hat zwar immer Spaß gemacht, auf Flohmärkten meine Sachen anzubieten, und als Kind schon Popcorn auf der Straße zu verkaufen – selbst ein Unternehmen zu haben, war aber nie geplant.« Aber manchmal reichen ja schon eine richtig gute Idee und eine gute Portion Beharrlichkeit, um wider Erwarten Firmenchefin zu werden. Angelika Fittkau ist ein Beispiel dafür. Die 34-Jährige hatte neben ihrem Studium der Landschaftsplanung an der TU Berlin eine Weiterbildung zur Internetprogrammiererin gemacht. »Das Wissen wollte ich gerne anwenden.« Und dann kam eins zum anderen.

EINE EMPFEHLUNG HILFT Ohne echte Perspektive kündigte sie ihren Studentenjob in einem Landschaftsplanerbüro, um »etwas anderes zu machen.« Was, wusste sie damals nicht. »Aber schon am nächsten Tag rief mich auf Empfehlung eines Kollegen aus dem Planungsbüro eine Projektleiterin der Senatverwaltung für Stadtentwicklung an und bot mir einen Job an. Ich sollte als Assistentin dabei helfen, einen Wettbewerb zu koordinieren.« Gesagt, getan – und es sollte ihre Karriere entscheidend beeinflussen. Nach kurzer Zeit schlug sie vor, den Wettbewerb statt über langwierige Postwege über das Internet zu organisieren, und brachte sich selbst als Umsetzerin dieser Idee ins Spiel. Der Referatsleiter – »ein innovativer Mann« – sagte »ja.« Die Studentin durfte für den Wettbewerb die Internetseiten erstellen und das Thema für ihre Diplomarbeit verwenden.

»DIE IDEE WAR MEIN BABY« Nach dem Ende des Studiums kam Angelika Fittkau darauf, auch Wettbewerbe außerhalb der Senatsverwaltung auf diese Weise anzubieten – was aber eine eigene Firma erforderte, also gründete sie. »Ich wollte die Idee selbst umsetzen, das war doch mein Baby«, sagt sie. Im Jahr

2002 entsteht *www.competitionline.de*, eine Internetplattform mit der Geschäftsidee, die Wettbewerbsauslober dafür zahlen zu lassen, dass sie Kommunikationswerkzeuge wie die Formularerstellung für die Wettbewerbsteilnehmer oder ein Rückfrageforum nutzen. Das klappte allerdings nur selten, es floss kaum Geld in diesem Geschäftsbereich. »Wir mussten handeln und haben schließlich das Geschäftsmodell auf den Kopf gestellt. Heute zahlen die Architektur- und Planerbüros dafür, dass sie sich mit ihren Projekten auf der Plattform präsentieren können.« Als weitere wichtige Einnahmequelle werden nun auch Werbeanzeigen auf der Seite eingeblendet. Heute, im Rückblick, erzählt Angelika Fittkau ihre Geschichte ganz locker, aber es gab auch andere Zeiten. »Bis vor drei Jahren mussten wir wirklich kämpfen«, sagt sie freimütig. »Wir konnten uns unsere Gehälter manchmal nicht auszahlen«, berichtet die Gründerin, die schnell ihre erste Mitarbeiterin Constanze Meyer – ebenfalls Absolventin der TU Berlin – zur Mitgesellschafterin machte. »Es war auch hart, unseren freien Mitarbeitern sagen zu müssen, dass es nichts mehr zu tun gibt.«

DIE KUNDENBASIS WÄCHST Die beiden Gesellschafterinnen schraubten ihre eigenen Erwartungen stark herunter, lebten auf »niedrigem Niveau mit Ravioli aus der Dose« und schafften es mit der Zeit, immer mehr Kunden für ihr Projekt zu begeistern. Heute arbeiten fünf fest Angestellte für *competitionline*, »was mich sehr stolz macht«. Umso mehr, weil vier – Architekten und Landschaftsplaner – als Arbeitslosengeld II-Empfänger zur Firma kamen. »Für die Einarbeitung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter haben wir Unterstützung von der Gesellschaft für soziale Unternehmensberatung bekommen; ohne das wäre es wohl nicht gegangen.« Im Nachhinein wünscht sich Angelika Fittkau, mehr betriebswirtschaftliche Kenntnisse gehabt zu haben – »das kam damals an der Uni zu kurz, obwohl sich viele Architekten selbstständig machen.« Auf der anderen Seite hatte sie sich während des Studiums für eine Firmengründung auch nicht interessiert – wie schnell das gehen kann, davon ist sie selbst immer noch ein wenig überrascht.

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Landschaftsplanung –
Dipl.-Ing. Landschaftsplanung
(2001)

JAH
R DER GRÜNDUNG
2002

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
competitionline GmbH
www.competitionline.de



Architektur • Wettbewerbe

ZUR PERSON
Angelika Fittkau

MOTTO
»Immer zwei Schritte weiter denken.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Mit anderen Gründern und Unternehmern zu sprechen, bringt oft mehr als teure Berater zu engagieren. Potenzielle Kunden bereits vor der Gründung fragen, ob und unter welchen Bedingungen sie das Produkt oder die Dienstleistung kaufen würden. Betriebswirtschaftliche Grundlagen pauken und genügend Eigenkapital beschaffen.

»... große Visionen haben« Thomas Kaufhold, Dr. Rasoul Mirkheshti und Dr. Frank Wölfe CONTECS GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Sie kannten sich aus Vorlesungen, schraubten und rechneten gemeinsam im Institut für Konstruktionslehre der TU Berlin und dann, eines Tages, nutzten sie ihre Chance: Die Maschinenbauingenieure Frank Wölfe, Rasoul Mirkheshti und Thomas Kaufhold gründeten im September 2001 die *CONTECS engineering service GmbH*, die heute mit Simdrive 3D, einem Programmsystem zur Simulation von Auto- bis Schiffsantrieben, weltweit Kunden hat. Sie hatten etwas entdeckt, das heraus musste aus dem Elfenbeinturm der Forschung, hinein in die Industrie. »Wir waren zur Gründung gezwungen«, beschreibt heute Mirkheshti schmunzelnd den Impuls, ein eigenes Unternehmen an den Start zu bringen. Eine Universitätskarriere mag sicherer sein, spannender ist sie sicherlich nicht.

AUS DEM HOCHSCHULINSTITUT IN DIE FREIE WIRTSCHAFT Die drei Gründer hatten in dem Institut gemeinsam an einem Forschungsprojekt gearbeitet – für fünf große Automobilhersteller simulierten sie die dynamischen Vorgänge in Riemengetrieben digital, um Innovationen in diesem Bereich konzipieren, analysieren und testen zu können. »Wir hatten damals alle Erkenntnisse zusammen, konnten

sie aber im Rahmen der Hochschule nicht in die Anwendung überführen«, erläutert Frank Wölfe, der als zweiter Geschäftsführer für die Unternehmensplanung- und -strategie zuständig ist. Es fehlten Vertriebsmöglichkeiten, wie sie nur ein selbstständiges Unternehmen bieten konnte, sagt der aus Stuttgart stammende Ingenieur.

Der Erfolg gab den Gründern recht: Von Anfang an rissen ihnen Automobilhersteller und -zulieferer das Produkt aus den Händen. Es hilft dabei, die Geräusche und Schwingungen in Antriebssystemen zu reduzieren und die Funktion und Belastung der Technik abzusichern. Die Startbedingungen waren günstig: Zum einen herrschte eine gesunde Nachfrage, die ersten Kunden mussten nicht mühsam überzeugt werden. Zudem blieben die Anfangsinvestitionen überschaubar. »Wir brauchten nur ein Büro, einige Computer und unsere Köpfe«, beschreibt Mirkheshti, der 1985 aus dem Iran nach Deutschland kam und in der Firma für die IT-Services zuständig ist. Schließlich spielten den Gründern die Quantensprünge der IT-Branche in die Hände. »Zu der Zeit waren Hard- und Software für unsere Bedürfnisse weit genug entwickelt – das hätte einige Jahre zuvor noch ganz anders ausgesehen.«

ARBEITEN OHNE HIERARCHIEN Die Gründer arbeiten auch heute noch eng mit dem Fachgebiet der TU Berlin zusammen, vergeben Diplomarbeiten – und stellen TU-Absolventen ein. Mittlerweile werkeln rund 20 Ingenieure und Programmierer für CONTECS; zudem vermittelt das Unternehmen auch ehemalige studentische Hilfskräfte an andere Firmen. Nachwuchssorgen hat CONTECS nicht, »uns hat auch noch nie ein Mitarbeiter verlassen«, sagt Thomas Kaufhold, »obwohl manche Angebote hatten.« Das Trio legt großen Wert auf das Betriebsklima. »Hierarchien gibt es bei uns nicht«, sagt der 35-Jährige, der wie seine Mitgeschäftsführer immer in den Projekten mitarbeitet. »Auf diese Weise sind wir effektiver als andere Unternehmen: Wir müssen nicht als Vorgesetzte erst einmal erklären, was nun passieren muss, damit es andere umsetzen«, schildert Kaufhold. »Stattdessen sind wir mittendrin.« Und wer mittendrin ist, statt darüber zu schweben, tut sich auch mit richtigen Entscheidungen leichter. Durch die enge Zusammenarbeit innerhalb der Firma und mit den Kunden ist die Firma schnell und arbeitet Qualitätsbewusst, betont Wölflle. »Wir sind sehr nah dran an den Unternehmen und bekom-

men so mit, was benötigt wird, wie die Kunden mit unseren Programmen arbeiten und was wir besser machen können.« Gleichzeitig bekommt CONTECS spannende Einblicke in die Pläne der Hersteller und erhascht damit einen Blick auf die Autos von morgen, für die sie manch Autoenthusiast beneiden wird.

POSITIONEN SEHR BEWUSST BESETZEN Flache Hierarchien sind ohne Vertrauen und Teamwork undenkbar, ohne gute Personalentscheidungen sind sie nicht praktikabel. Frank Wölflles Frau kontrolliert zum Beispiel die Finanzen des Unternehmens – »als wachsendes Unternehmen muss man solche Positionen sehr bewusst besetzen«, erklärt er. »Einfach einen Betriebswirt einzustellen, der von der Materie keine Ahnung hat und nicht emotional an dem Unternehmen hängt, kann schief gehen.« Große Fehler sind den Gründern noch nicht unterlaufen. Bis auf dieses eine Mal: »Als wir die Gründungsurkunde beim Notar unterschreiben wollten, fiel uns auf, dass wir vergessen hatten, einen Gewerbeschein zu beantragen. Das hat dann aber zum Glück unser Anwalt geregelt.« Solche »Sorgen« würden andere Gründer sicherlich auch gerne haben.

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)
Maschinenbau – Dipl.-Ing.
Maschinenbau
(Thomas Kaufhold: 1999)
(Dr. Rasoul Mirkheshti: 1994)
(Dr. Frank Wölflle: 1992)

.....

JAHR DER GRÜNDUNG
2001

.....

MITARBEITER
6–20

.....

UNTERNEHMEN
CONTECS engineering
service GmbH
www.contecs-engineering.de

.....



ZUM TEAM
Thomas Kaufhold, Dr. Rasoul Mirkheshti, Dr. Frank Wölflle

.....

MOTTO
»Klein anfangen und doch große Visionen haben.«

.....

UNSER RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Frühe Kontakte zur Industrie, am besten schon während des Studiums. Die Investitionen klein halten und möglichst unabhängig von den Banken sein.

.....

»Ich kann alles,
was ich will ...«

Petra Maier

CFX Berlin Software GmbH

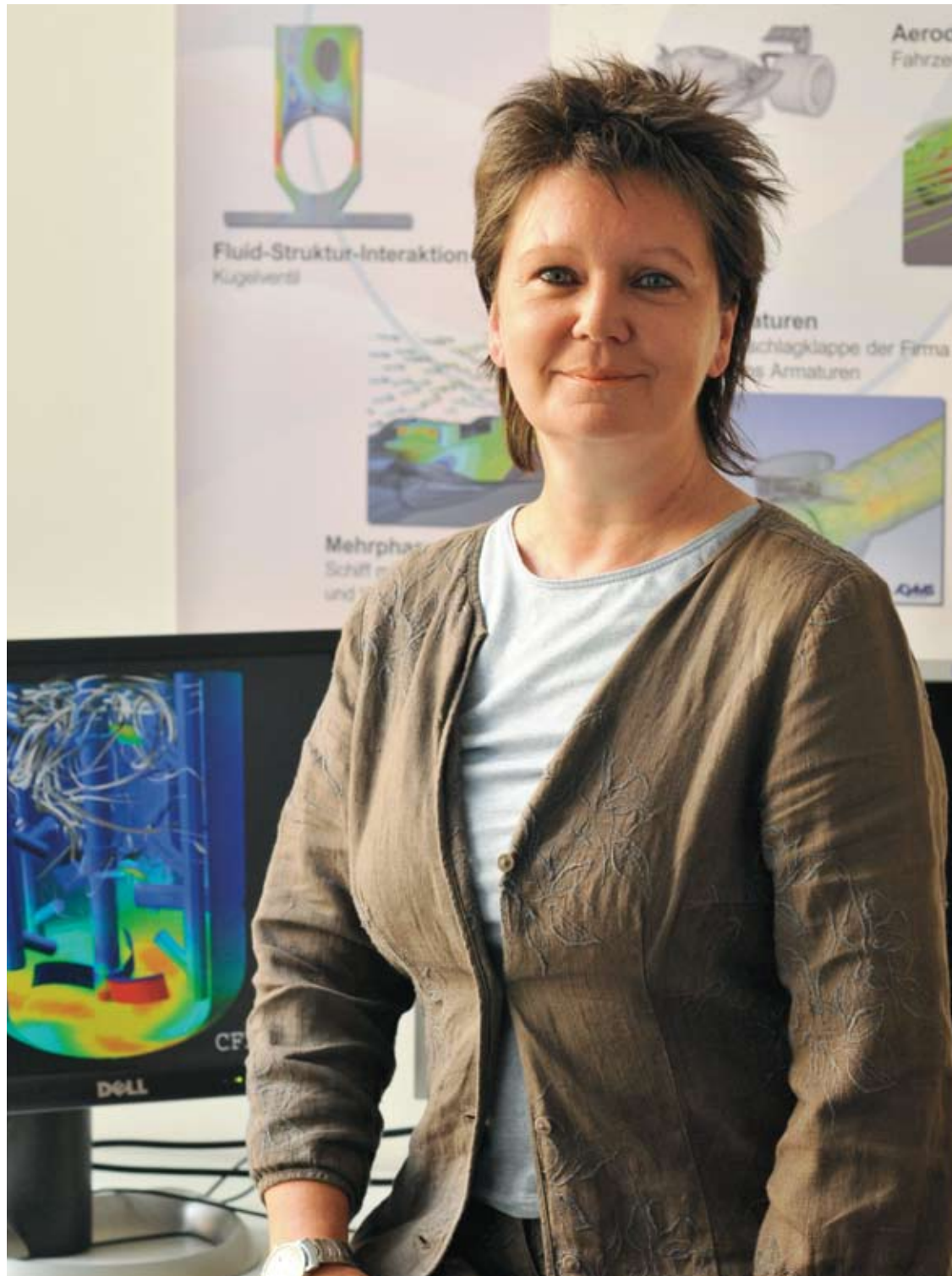


Foto: TU Pressestelle / Dahl

Irgendwann im Sommer 1997 saßen Petra Maier und Peter Bartsch in ihrem Wohnzimmer in Ottobrunn, 15 Autominuten entfernt von München. Die Absolventen der TU Berlin lebten gerade einmal drei Jahre in Bayern, er arbeitete als angestellter Ingenieur, sie als freiberufliche Kommunikationstrainerin. Beide waren sich einig: »Wir fühlen uns hier nicht wohl, wir wollen zurück nach Berlin.« Bei anderen Paaren würde in einer solchen Situation vielleicht der eine einen Job in der Hauptstadt suchen, der andere ein paar Monate später – wenn es denn passt – hinterherziehen. Petra Maier und Peter Bartsch aber gründeten lieber direkt eine eigene Firma. Die *CFX Berlin Software GmbH*, Spezialist für strömungstechnische und thermische Simulationen und Vertriebspartner der dazugehörigen Software, hat mittlerweile 15 Mitarbeiter – und sitzt in einer Loftetage im Seitenflügel eines Wohnhauses mitten im Friedrichshainer Leben.

EIN UNGEWÖHNLICHER GRÜNDUNGSPULS »Wir haben damals gedacht, dass wir nur auf diese Weise selbst bestimmen können, wie und wo wir mit wem zusammenarbeiten«, erläutert Petra Maier heute den ungewöhnlichen Gründungsimpuls. Die 51-jährige

lehnt sich auf ihrem Bürostuhl zurück und nippt an ihrem Tee. »Wir haben das Gründen keine Sekunde bereut.«

Die Ingenieurin für Luft- und Raumfahrttechnik – Schwerpunkt Windkraft – hat auch schon vor der Gründung eine eher unkonventionelle Karriere gemacht. Nach dem neunten Schuljahr geht sie von der Realschule ab und absolviert eine Lehre als Drogistin. Mit 21 leitet sie eine Drogeriefiliale, »das Ende der Karriereleiter in diesem Bereich«, sagt sie. Mit ruhiger Stimme erzählt sie, wie ihr eines Tages eine studentische Aushilfe rät, ihr Abitur nachzumachen. »Der sagte, du bist doch clever!«

Nach dem Abitur will sie Theaterwissenschaften und Ethnologie studieren, geht aber erst einmal für ein paar Monate nach Südamerika. »Auch nach dem Studium zog es mich dorthin zurück. Dafür musste ich aber etwas Handfestes studieren«, berichtet sie. Sie schreibt sich für Verkehrstechnik ein, spezialisiert sich auf Luft- und Raumfahrttechnik und diplomiert. Und zwar gerade bei jenem Professor, bei dem Peter Bartsch seine Promotion ablegt. Die beiden werden ein Paar, ziehen nach dem Studium nach München – und der Kreis schließt sich.

WIND UND ZUGLUFT SIMULIEREN Heute arbeitet *CFX Berlin* in den Räumen einer ehemaligen Druckerei für Kunden wie Siemens, BMW und Airbus, daneben viele Mittelständler und öffentliche Einrichtungen. »Momentan haben wir zum Beispiel den Auftrag, die Zugluft im Jüdischen Museum zu analysieren und den Zug im Eingangsbereich zu verringern«, erklärt Petra Maier. Am Computer simulieren die Mitarbeiter die Umgebung und das Museum, lassen verschiedene Windszenarien darauf wirken und finden heraus, warum es immer mal wieder zu unangenehmer Zugluft im Museum kommt. »Wir machen dann Vorschläge, wie man das zum Beispiel mit Stelen oder Drehtüren ändern könnte.« Peter Bartsch, der mittlerweile eine Professur an der Technischen Fachhochschule Berlin hat, ist in der Firma für die Technik sowie Forschung und Entwicklung zuständig, Petra Maier verantwortet das Personal und das Marketing. »So eine Kombination ist ideal«, erklärt die Geschäftsführerin. »Wir ergänzen uns in unseren Kompetenzen, beraten uns bei größeren Entscheidungen, handeln aber sehr unabhängig voneinander.«

NACHTS AM COMPUTER Der Firmenerfolg beruht auch auf harter Arbeit. »Unsere ersten Büroräume waren drei Zimmer in unserer Wohnung. Das war praktisch, weil man zum Beispiel nachts, wenn man mal eine Idee hatte, einfach an den Computer gehen konnte«, schildert die Chefin, wie sie in der Anfangszeit fast ständig arbeitete. Auch die gute Vorbereitung auf die Selbstständigkeit und ein gutes, eng zusammenarbeitendes Netzwerk sieht Petra Maier als Pluspunkte. »Ich habe mich in Gründerseminaren beraten lassen, und dabei zum Beispiel gelernt, dass man sich nicht nur eine, sondern möglichst sechs, sieben Banken für die Finanzierung anschaut.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Luft- und
Raumfahrttechnik –
Dipl.-Ing. Luft- und
Raumfahrttechnik (1992)

JAHR DER GRÜNDUNG

1997

MITARBEITER

6–20

UNTERNEHMEN

CFX Berlin Software
GmbH
www.cfx-berlin.de



ZUR PERSON
Petra Maier

MOTTO
»Ich kann alles, was ich will,
muss aber nicht alles wollen,
was ich kann.«

NETZWERKE
Gute Kontakte zu Technischen
Hochschulen, z. B. in Berlin
und Dresden



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Einfach loslegen« Timo Kob HiSolutions AG

69

»Wir sind keine Hasardeure.« Timo Kob zuckt mit den Schultern und zieht die Augenbrauen nach oben, so als wolle er sich entschuldigen. »Mit einer märchenhaften Erfolgsgeschichte kann ich leider nicht dienen.« Der Mitgründer der *HiSolutions AG* nippt an seinem Getränk, stellt die Flasche auf den Tisch. Ein Lächeln huscht über sein Gesicht. »Also, streichen Sie das ›märchenhaft‹.« Der 38-Jährige macht eine kleine Pause. »Aber ›Erfolgsgeschichte‹ kann stehen bleiben!«

Kein Hasardeur, nicht märchenhaft, erfolgreich: Wahrscheinlich fasst das gut zusammen, was die Entwicklung des Beratungsunternehmens ausmacht, das in den Feldern Informationssicherheit und IT-Servicemanagement arbeitet. Langsam und gleichmäßig, nicht schnell und sprunghaft kamen Wachstum und wirtschaftlicher Erfolg. Das wirkt auf den ersten Blick vielleicht etwas bieder, auf den zweiten wohlthuend solide.

WIE IM KRIMI *HiSolutions* hat heute 55 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die rund fünf Mio. Euro umsetzen. Seit 15 Jahren wächst das Unternehmen jährlich um 20 bis 25 Prozent. Rund die Hälfte aller DAX-Unternehmen zählen zu den Kunden, allen voran Ban-

ken. Die Kernfrage, mit der sich die Firma in ihrem größten Bereich Informationssicherheit beschäftigt, lautet: »Wie gewährleistet man die Sicherheit der Geschäftsabläufe und die Vertraulichkeit der Informationen?« *HiSolutions* analysiert Prozesse und Strategien, testet Schwachstellen, gibt Empfehlungen – für Technik und Software wie Server oder Rechnernetze, für Gebäude, etwa in punkto Brand- oder Zutrittsschutz, und für Mitarbeiter.

Bisweilen geht es zu wie im Krimi. »Es kommt schon vor, dass ein Kollege persönlich oder telefonisch auszutesten hat, wie weit er durch Überredung und Lügen in ein Unternehmen vordringen oder welche vertraulichen Informationen er bekommen kann«, sagt Timo Kob. »Das ergänzt Untersuchungen, in denen wir per Computer in das Unternehmen einzudringen versuchen. Oft stellen ungeschulte oder vertrauensselige Mitarbeiter eine schlimmere Sicherheitslücke dar als fehlende technische Sicherheitsmaßnahmen.« Am Ende steht ein Bericht, der mitunter 300 Seiten umfassen kann; gespickt mit Empfehlungen, wie sich der Kunde gegen – virtuelle und physische – Einbrüche und andere Gefahren absichern kann.

»GRÜNDER-LIEBE« AUF DEN ERSTEN BLICK

HiSolutions ist nicht mit diesem Portfolio gestartet, es hat sich langsam entwickelt. Die Geschichte beginnt 1992 an der TU Berlin. Timo Kob, Torsten Heinrich und Michael Langhoff studieren Informatik und im Nebenfach BWL. Das Losglück bringt sie in einer Projektgruppe zusammen. »Reiner Zufall«, sagt Kob. Es ist »Gründer-Liebe« auf den ersten Blick, obwohl keiner der drei das Unternehmertum mit der Muttermilch aufgesogen hat. Der Westberliner Timo Kob wird in einem Beamtenhaushalt groß, Langhoff und Heinrich im real existierenden Sozialismus.

»Anders als bei vielen Gründern stand bei uns am Anfang nicht die eine große zündende Idee, sondern der Wille, gemeinsam etwas Eigenes aufzubauen«, sagt Kob. Das Uni-Projekt geht zu Ende, aber die drei sind sicher, dass sich daraus mehr machen lässt: Ein Unternehmen – ihr Unternehmen. In der Cafeteria der TU Berlin segeln drei 100 DM-Scheine in die Mitte des Tisches: Das Startkapital für die gemeinsame GbR. Eineinhalb Jahre lang schmieden sie parallel zum Studium Pläne, ohne Hektik, aber mit Nachdruck, bis 1994 mit Studienende auch das Leistungsangebot der Unternehmensberatung endgültig definiert ist.

DIE GROSSE GLEICHMÄSSIGKEIT Ihr erster Kunde ist die HypoVereinsbank. Der Professor, bei dem sie das Diplom ablegen, berät das Finanzinstitut und bringt seine Zöglinge als Subberater mit ins Spiel. »Und dann folgt die große Gleichmäßigkeit«, sagt Timo Kob: Langsam, aber stetig mehr Kunden und Aufträge, langsam, aber stetig mehr Mitarbeiter und Umsatz. Die Firma fordert das Trio voll, aber die Gründung im Team federt Arbeitspitzen ab – bis heute. »Ich arbeite zwar 60, 70 Stunden in der Woche und in den Genuss von 30 Tagen Urlaub komme ich nicht«, sagt Timo Kob. Aber auf Reisen, auf Zeit für seine Hobbys oder auf Zeit für seinen kleinen Sohn hat er nur ganz selten verzichtet.

Außer ihrem Know-how, Computern und etwas Büroraum brauchen die drei anfangs nicht viel. Die Investitionen fallen kaum ins Gewicht. Fremdes Geld ist nicht nötig, bis heute nicht. »Venture Capital war für uns nie erstrebenswert, wir haben vom ersten Tag an schwarze Zahlen geschrieben und jedes Wachstum selbst finanziert«, sagt Timo Kob, und er ist stolz darauf. Ihre Expansion hat so eventuell etwas länger gedauert, aber so sind sie ihrer Startmotivation, »etwas Eigenes aufzubauen«, immer treu geblieben.

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Informatik –
Dipl.-Inform. (1994)

JAHR DER GRÜNDUNG
1992

MITARBEITER
51–100

UNTERNEHMEN
HiSolutions AG
www.hisolutions.com



ZUR PERSON
Timo Kob

MOTTO
»Einfach loslegen.«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Was hat man als Student schon zu verlieren? Einfach loslegen! Für Techniker: Uni nutzen, um BWL-Kenntnisse zu erwerben.

PREISE
Gewinner des Innovationspreises Berlin-Brandenburg 1997 / Gewinner des Technology Fast 50 Awards 2004 & 2005 und Fast 500 EMEA Awards 2004 & 2005 / Gewinner des Best Practice Award Berlin-Brandenburg 2006

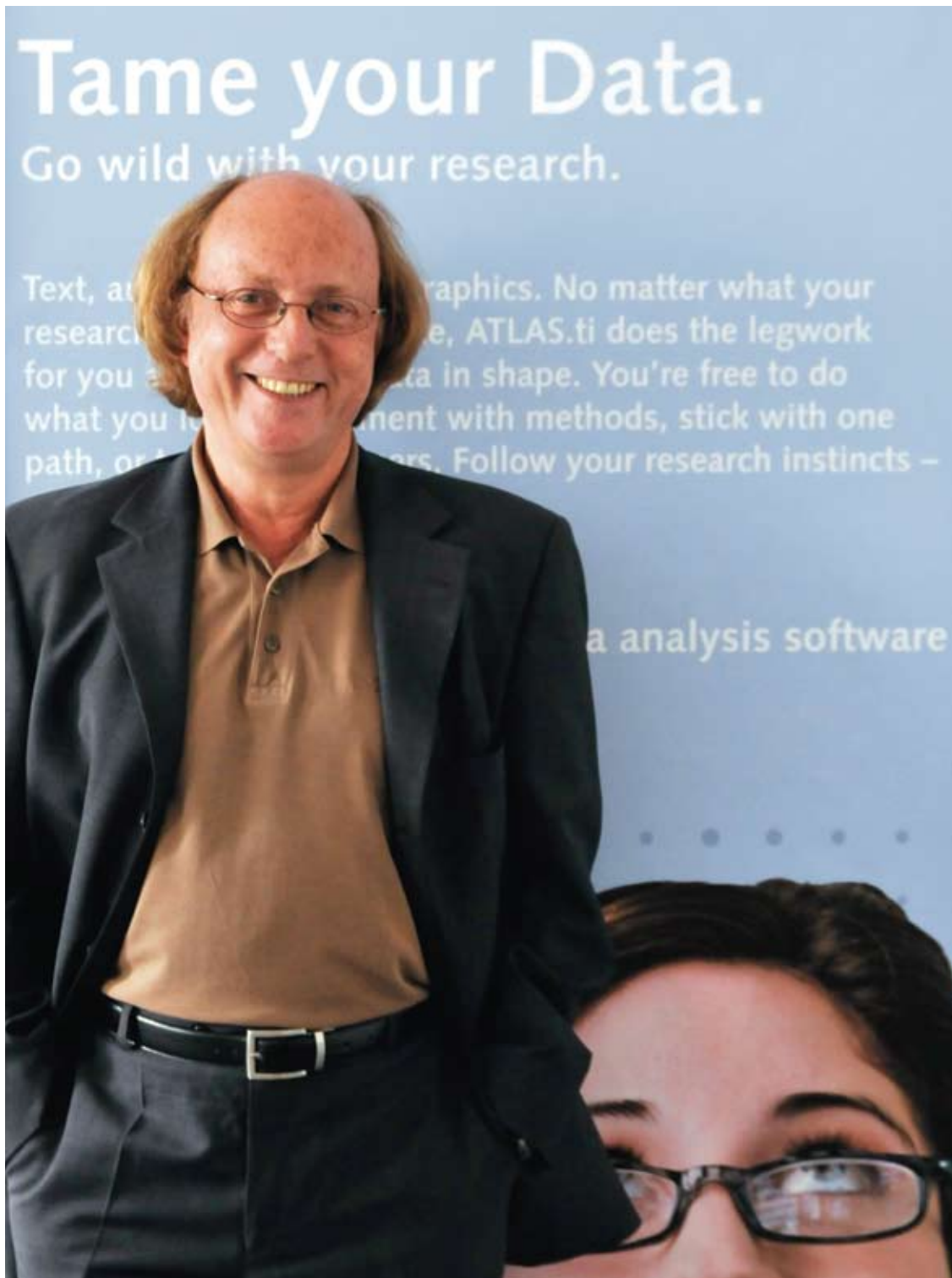


Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Ich schätze Überschaubarkeit« 73

Thomas Muhr

ATLAS.ti Scientific Software
Development GmbH

Das Klischee vom Vollblutunternehmer bedient Thomas Muhr nicht. Und ein Problem damit, das zuzugeben, hat er auch nicht. »Ich schätze Überschaubarkeit«, sagt der ruhig und überlegt wirkende Firmenchef der *ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH*. Daraus jedoch zu folgern, der 56-Jährige, seine sechs Angestellten und ein Stamm freier Mitarbeiter würden kein Herzblut in die Entwicklung ihrer Software pumpen, wäre schlicht falsch.

ATLAS.ti entwickelt und vertreibt ein Programm für die so genannte qualitative Datenanalyse. Damit lassen sich Texte, Videos, Audiodateien und Grafiken kommentieren, strukturieren, vernetzen und analysieren – im Gegensatz dazu wertet die quantitative Analyse Zahlen und strukturierte Daten aus. Zum Einsatz kommt die Software an Universitäten, etwa in den Sozialwissenschaften, in der Verwaltung oder auch in der Kriminologie, wenn es um die Dokumentation von Zeugenaussagen geht. Auch die Industrie nutzt *ATLAS.ti*, u. a. im Bereich Qualitätsmanagement. 70 Prozent der inzwischen einigen tausend Kunden weltweit kommen aus Nordamerika. Die Preise reichen von 160 Euro für eine Studentenlizenz bis hin zu 20.000 Euro für die hochschulweite Nutzung.

IM TREND LIEGEN UND PROFITIEREN Die softwaregestützte qualitative Datenanalyse war bisher eine Nische. Große Softwarehersteller tummeln sich hier nicht – noch nicht. »Seit zwei bis drei Jahren hat sich der Trend aber deutlich verstärkt, davon profitieren wir«, betont Thomas Muhr, der an der TU mit Informatik und Psychologie abschloss. Die Datenflut in nahezu allen gesellschaftlichen Bereichen wächst rasant. Nie zuvor gab es die Möglichkeit, so schnell so viele Texte, Bilder, Videos und Grafiken in kürzester Zeit zu erstellen und zu verteilen. Damit wächst aber auch die Unübersichtlichkeit. *ATLAS.ti* ermöglicht die systematische Bewertung des Datenmaterials.

Ein früher Prototyp der Software wurde im Rahmen eines TU-Projekts in den Jahren 1989 bis 1992 entwickelt – unter der Federführung von Thomas Muhr. 1993, nach einigen Querelen um die Frage des Copyrights und der Verwertung schlägt die Gründungstunde der *Scientific Software Development GbR*. Muhr hatte nicht locker gelassen. Er wollte das Projekt *ATLAS.ti* unbedingt weiterführen, es war sein Baby.

PROGRAMMIEREN UND PAKETE PACKEN Anfangs ist *ATLAS.ti* eine Ein-Mann-Unternehmung. Muhr macht alles: Programmieren, Kundenanfragen beantworten, Pakete packen und zur Post bringen. Die Firma köchelt auf kleiner Flamme, aber: Sie köchelt. Die Software wird kontinuierlich weiterentwickelt, Muhr hält Vorträge auf Konferenzen, die Vorteile des Programms sprechen sich herum. Der Kundenkreis wird langsam größer, die Umsätze steigen ebenso. Die Jahre vergehen, 2004 wird aus der *Scientific Software Development GbR* die *ATLAS.ti GmbH*. Im Jahr 2006 vergrößert sich die Firma und bezieht ein Büro in Nachbarschaft des ehemaligen Uni-Projekts, auch um die Synergie mit der TU Berlin zu pflegen. Thomas Muhr weiß, dass die Firma heute noch wesentlich größer sein und einen noch größeren Marktanteil besitzen könnte. Aber dem Kopf an der Spitze wäre es vermutlich zu viel geworden. »Ein großes Unternehmen ist nicht mein Ding. Aber ich bin sehr stolz darauf, was wir erreicht haben, gerade auch ohne rasantes Wachstum«, sagt er.

AUF BREITEREN SCHULTERN IN DIE ZUKUNFT Der Firma steht in naher Zukunft ein weiterer notwendiger Wandel bevor. Die Konkurrenz schläft nicht, der Markt fordert seinen Tribut. Investitionen in Entwicklung, Beratung und Schulung stehen an. Auch die Managementebene wird auf breitere Schultern gestellt, um der erstarkten Konkurrenz Paroli zu bieten. Die Zeit scheint reif dafür. »Der künftige Kollege ist als freier Mitarbeiter seit fünf Jahren für uns beratend tätig. Ein kommunikativer, zupackender Unternehmertyp«, sagt Thomas Muhr. Und einen zusätzlichen positiven Effekt dürfte die Personalie auch haben: Für den Gründer von *ATLAS.ti* bleibt mehr Zeit für Familie, Freunde, für den Garten und last not least, die Musik (www.midlifechrysler.com) – das ist doch eine attraktive Perspektive.

ZUR PERSON
Thomas Muhr

MOTTO
»Niemals Schulden machen.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Mit einer guten Produktidee frühzeitig gute Mitarbeiter finden und Kontakte ins Ausland knüpfen. Das Internet als »Visitenkarte«, Verkaufsstätte und Serviceportal gut ausstatten.

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)
Psychologie –
Dipl.-Psych. (1980)
Informatik –
Dipl.-Inform. (1988)

JAHR DER GRÜNDUNG
1993

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH
www.atlasti.com



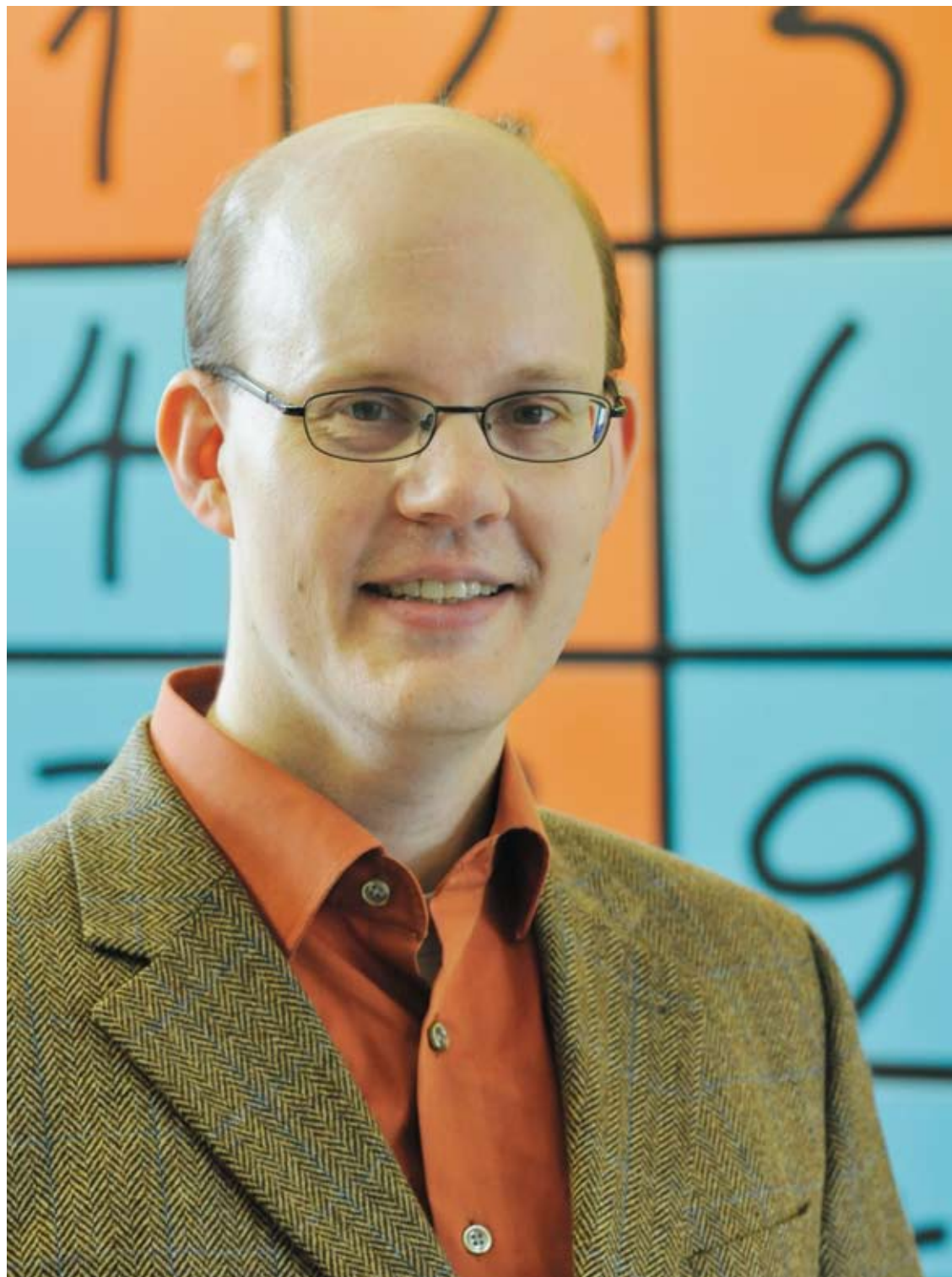


Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Ein Chef muss immer so tief im Thema stecken ...«

Kai Petzke

teltarif.de Onlineverlag GmbH

77

1. Januar: 1.000; 3. Januar: 2.000; 5. Januar: 4.000; 7. Januar: 8.000: Als Kai Petzke Anfang 1998 sieht, wie viele Seiten täglich von seiner privaten Homepage abgerufen werden, ist er überrascht. »Schon seit Mitte 1997 waren wissenschaftlich orientierte Seiten von mir online, aber diese hatten kaum Leser«, erinnert sich der damalige Physikdoktorand an der TU Berlin. Als er jedoch im Internet einige Artikel zur bevorstehenden Deregulierung am deutschen Telefonmarkt und die ersten Vergleiche von Call-By-Call-Vorwahlen veröffentlicht, steigt das Interesse sprunghaft. »Es lag wohl daran, dass ich in einigen Usergruppen meine Seite beworben hatte, und der Link dann als »Geheimtipp« von Mund zu Mund oder E-Mail-Account zu E-Mail-Account weitergegeben wurde. Dass die Reaktion allerdings so stark ist, hätte ich nicht gedacht.«

ZUR RICHTIGEN ZEIT AM RICHTIGEN ORT Die Überraschung sollte noch größer werden. In den kommenden Monaten überschlagen sich die Ereignisse für den heute 39-jährigen, der einfach nur »ein bisschen im Internet veröffentlichen wollte.« Kai Petzke muss heute über seine eigene Unbedarftheit immer noch ein wenig schmunzeln. »Ich war einfach zur richtigen

Zeit am richtigen Ort und habe dann relativ schnell die Marktlücke erkannt.« Im Februar 1998 geht seine eigene Domain www.teltarif.de online. Ganz ruhig schlafen kann er damals nicht. »Ich musste einen neuen Server mieten, was immerhin 150 DM im Monat kostete. Ganz schön viel für einen Doktoranden.«

Die Investition lohnt sich, schon im Sommer verzeichnet er über 500.000 Seitenabrufe, vor allem wegen der neuen Vorwahlen, die das Telefonieren billiger machen. Heute sind es über 14 Millionen. Über den reinen Kostenvergleich ist teltarif.de längst hinaus – auch wenn man immer noch über 4.000 Festnetz-, Mobilfunk- und Internettarife mit bis zu 300.000 Einzelpreisen vergleichen kann; ebenso wichtig für den Geschäftserfolg sind die redaktionellen Beiträge, die die etwa 30 festen und zehn freien Mitarbeiter erstellen, die Kooperationen mit verschiedenen Print- und Online-medien und natürlich die Werbung auf der [teltarif](http://teltarif.de)-Seite, die die Erlöse sicherstellt.

RASANTE UND UNGEPLANTE ENTWICKLUNG Die Unternehmensentwicklung geht im ersten Jahr so rasant, aber auch so ungeplant weiter wie zu Anfang. Petzke lacht wieder: »Ich habe den Freund meiner Schwester gefragt,

der gerade Zivildienst machte, ob er ein bisschen Onlinewerbung für mich verkauft.« Wider Erwarten funktioniert auch das so gut, dass Petzke seine Dissertation immer weiter vernachlässigt, bis er sie 1999 ganz aufgibt: Mit seinem Kompagnon Martin Müller gründet er die *teltarif.de Onlineverlag GmbH*. »Mein Doktorvater hat mich damals noch gewarnt, dass das Ganze doch vielleicht auch einmal schlechter laufen könnte. Aber ich habe keine Angst gehabt, weil es so gut lief.« Der Doktorvater aber sollte Recht behalten, zumindest kurzfristig. Nach dem »massiven Wachstum« von 1999 bis 2000 kommt Anfang 2001 plötzlich ein Rückschlag. »Die Dotcomblase platzte und wir wurden in den Strudel mit hineingerissen«, erzählt Petzke. Die Unternehmen, die bis dahin kräftig auf *teltarif.de* werben, frieren ihre Etats ein. »Im Vergleich von Dezember und Januar hatten wir einen Werberückgang um 50 Prozent«, erinnert sich der Gründer. Zum Glück für *teltarif.de* gibt es keine großen Kredite, die zurückgezahlt werden müssen, das Unternehmen hat sich aus dem Wachstum der ersten Jahre finanziert. Aber dennoch: Von mittlerweile 20 Mitarbeitern muss Petzke die Belegschaft auf zwölf reduzieren. »Das ist mir sehr schwer gefallen

und war die schlimmste Zeit für mich. Dass so etwas auch zum Gründen dazu gehören kann, ahnte in diesen Boomzeiten ja niemand.«

EINE GUTE IDEE REICHT NICHT Nachdem sich der Werbemarkt wieder erholt hatte, macht das Unternehmen ab 2002 wieder Gewinne, tilgt 2003 seine letzten Schulden. Das Interesse der Kunden an günstigen Telefonvorschlägen ist ungebrochen. Ausschlaggebend für den Erfolg ist vor allem aber das konzeptuelle und technische Know-how der Gründer, sagt Petzke. »Eine Idee reicht nicht, man muss wissen, wie und wann man sie umsetzt.« Natürlich stellt man für viele Aufgaben Mitarbeiter ein, aber »ein Chef muss immer auch so tief im Thema stecken, dass er entscheiden kann, was geht und was nicht geht.« Petzke ist immer noch an allen Geschäftsprozessen beteiligt und hat die Gründung nie bereut – auch wenn er bis zu dem Zeitpunkt, als er den kommerziellen Wert seiner Internetseite realisierte, eigentlich nie ein Unternehmen gründen wollte. »Ich hätte damals sicherlich einen Job in einem Unternehmen annehmen können«, erzählt er. »Aber mehr Spaß macht – auch wenn die Freizeit manchmal darunter leidet – bestimmt die Selbstständigkeit.«

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)
Physik – Dipl.-Phys. (1996)
JAHR DER GRÜNDUNG
1998
MITARBEITER
6–20
UNTERNEHMEN
teltarif.de Onlineverlag GmbH www.teltarif.de

ZUR PERSON
Kai Petzke

MOTTO
»Ein Chef muss immer so tief im Thema stecken, dass er entscheiden kann, was geht und was nicht geht.«

PREISE
Auszeichnung als Kopf des Monats durch das Team
»Projekt Zukunft« der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen im August 2008

»Augen offen halten« Dr. Raphael Jung und Dr. Lars Zanzig Serviva GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Ist etwa die evangelische Jugendarbeit schuld daran, dass er Unternehmer wurde? Raphael Jung wiegt den Kopf hin und her. »Na ja, nur in einem sehr eingeschränkten Maß.« Allerdings hat der 37-Jährige schon immer gerne im Team gearbeitet, organisiert und »Dinge vorgebracht« – seit seinen Teenagerjahren. So existiert ein wenn auch dünner roter Faden, der von seinem kirchlichen Engagement in der Vergangenheit bis zu seinem Unternehmen in die Gegenwart führt.

PROFESSIONELLE PATENTDIENSTLEISTUNGEN
VON A BIS Z Serviva heißt die Firma, die Jung und sein Kompagnon Lars Zanzig im Frühjahr 2006 gründeten. Die GmbH ist eine Art outgesourcte Patentabteilung für Unternehmen. »Wir klären umfassend darüber auf, welche wirtschaftlichen und strategischen Folgen ein Patent haben kann, geben konkrete Handlungsempfehlungen und managen die Abläufe«, erläutert Jung. Dazu vertreibt Serviva u. a. Software, mit der Kunden die komplexen Fristen und Abläufe der Patentanmeldung und -verwaltung managen können. Rund zehn feste und freie Mitarbeiter hat Serviva gegenwärtig, sowie 90 bis 100 Kunden. Pro Jahr kommen etwa 35 bis 40 hinzu. Raphael Jung

nickt zufrieden: »Viel Arbeit und ein gesundes Wachstum.«

Angeht das Portfolios könnte man vermuten, einer oder besser noch beide Gründer seien Patentanwälte oder Juristen. Aber weit gefehlt. Bis 1998 studierte Jung an der TU Berlin Maschinenbau mit dem Schwerpunkt Fahrzeugtechnik. Anschließend promovierte er und heuerte bei Audi im Bereich Elektrik/Elektronik an. Dort wurde er zum ersten Mal mit dem Thema Patente konfrontiert, als Erfinder: Sein Team entwickelte zum Beispiel einen Fingerabdrucksensor, der beim Startknopf einer Oberklasselimousine zum Einsatz kommt. Nach Audi folgt die Station VW-Consulting, Jung sammelt Erfahrungen als Berater. Im Jahr 2002 wechselt er zur Ipal. Bei der halböffentlichen Gesellschaft für Patentverwertung in Berlin trifft er seinen späteren Mitgründer Lars Zanzig, der dort als Prokurist arbeitet.

DIE VERLOCKUNGEN DER SELBSTSTÄNDIGKEIT Gemeinsam heben die beiden im Frühjahr 2006 Serviva aus der Taufe. Vor allem deswegen, »weil wir eine Vision und eine gute Geschäftsidee hatten«, sagt Jung. Dann holt er tief Luft. Es gibt auch eine Reihe an-

derer untergeordneter Gründe. »Als Angestellter in großen Unternehmen ist man vielen Widrigkeiten ausgesetzt: Verschwendung, Ränkespiele, Besitzstandswahrung, technischer Unsinn.« Wenn man Dinge mit Freude und inhaltlich getrieben nach vorne bringen will, sei man allzu häufig fehl am Platze. Da lockt die Selbstständigkeit.

Leicht sollte man sich den Wechsel ins Lager der »Freien« aber bitteschön nicht vorstellen, warnt Jung. »Man verzichtet zunächst massiv auf Geld.« Auf eine Einschränkung des Lebensstandards sollte man gefasst sein – und das familiäre Umfeld ebenfalls. Und selbst, wenn man denkt, man hat alles richtig gemacht, gibt es Durststrecken: »Wir rechneten einmal – schon sehr großzügig – damit, dass ein großer Kunde sechs Monate brauchen wird, um sich für uns zu entscheiden. Tatsächlich dauerte es ein Jahr.« Wartezeiten dieses Kalibers können sehr lang werden – insbesondere, wenn sich dadurch erwartete Umsätze verzögern.

UNGELIEBTE AUFGABEN LIEBEN LERNEN Geduld, Leidenschaft und Disziplin sollten ausgeprägte Charaktereigenschaften sein, betont der Gründer. Ansonsten muss man sie

sich aneignen. Auch für neue, bislang ungewohnte, vielleicht sogar ungeliebte Aufgaben darf man sich nicht zu schade sein. Jung und Zanzig sind nicht nur Unternehmenschefs, sie sind auch die obersten und einzigen Vertriebsmitarbeiter. »Wir setzen uns eisern das Ziel, jeden Monat 10 bis 20 Neukunden zu kontaktieren«, sagt Jung. *Servivas* Dienstleistung ist ein Push-Geschäft, man muss potenzielle Kunden aktiv darauf aufmerksam machen, dass es diese Dienstleistung gibt. Hat man sie aber am Haken, läuft es fast immer gut, so Jung. Lediglich einen haben sie bislang verloren.

Unterm Strich sind die Gründer zufrieden, aller harter Arbeit zum Trotz. »Ich bin stolz darauf, dass wir mit im Wesentlichen eigenem Kapital auf einem so guten Weg sind«, sagt der gebürtige Berliner Jung. »Und das Gründen im Team hat schon manche Schwierigkeit leichter erträglich gemacht.«

ZUM TEAM

Dr. Raphael Jung,
Dr. Lars Zanzig

MOTTO

»Augen offen halten. Es geht immer weiter, gerade dann wenn man es am wenigsten erwartet. Jeder Fehlschlag eröffnet neue Chancen.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Maschinenbau –
Dipl.-Ing. Maschinenbau
(Dr. Raphael Jung: 1998)
Physik – Dipl.-Phys.
(Dr. Lars Zanzig: 1991)

JAHR DER GRÜNDUNG
2006

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
Serviva GmbH
www.serviva.com

serviva
THE IP SERVICE PEOPLE

»Entweder wachsen oder zumachen« Dr. Lars Podlowski SOLON AG

Die Karriere von Lars Podlowski scheint 1994 vorgezeichnet: Der gebürtige Berliner studiert Physik am Institut für Festkörperphysik an der TU Berlin, promoviert im Bereich Halbleiterphysik. »Es gab zwar damals wenige Stellen, aber ich hätte sicherlich in die Autoindustrie oder in den Maschinenbau gehen können«, sagt der 43-Jährige, der am Heiligabend Geburtstag hat. »Hätte«, denn er macht etwas ganz anderes. Er besinnt sich auf etwas, das für ihn eher Hobby als Forschungsobjekt ist und dem er mehr politisches als berufliches Interesse entgebringt: Die Solarenergie.

FASZINIERT VON ERNEUERBAREN ENERGIEN

Während der Studienzeit ist Podlowski bei den Grünen engagiert. »Ich war zwar nie einer, der vorne weg gegangen ist – aber Energiepolitik und erneuerbare Energien fand ich immer faszinierend.« 1991, als der Bundestag den Regierungsumzug von Bonn nach Berlin beschließt, packt es den damaligen Studenten: »Ich habe mich dafür eingesetzt, dass bei den neuen Gebäuden viel mehr Solartechnik genutzt wird und das Thema ins öffentliche Bewusstsein rückt«, sagt der dreifache Vater. Nach dem Studium folgt die Jobsuche, und es liegt nahe, sich beruflich der Photovoltaik

zu verschreiben. »Das Problem war nur: Es gab kaum Firmen in dem Bereich«, erzählt Podlowski und lächelt. »Ich musste selbst gründen.« 1996 hebt er die *SolarWerk GmbH* in Teltow bei Berlin aus der Taufe, im Rahmen eines mit einem Etat von einer Million DM geplanten Entwicklungsprojektes. »Damals waren die Förderbedingungen für Unternehmensgründungen in Ostdeutschland ideal. Ich bekam 80 Prozent Zuschuss aus einem bundesweiten Förderprogramm und den Rest – bis auf 30.000 DM Eigenkapital – von einer Bank finanziert.« Die Projektzeit ist auf zweieinhalb Jahre angelegt. In dieser Zeit will Podlowski mit zwei Mitarbeitern einen Kombikollektor entwickeln, der mit Sonnenenergie Strom erzeugen und gleichzeitig Wasser erwärmen soll – etwas völlig Neues.

KEINE SCHWARZEN ZAHLEN Als Nebeneffekt wird dabei ein eigentlich gar nicht beabsichtigter Firmenzweig erfolgreich. *SolarWerk* erstet eine günstige gebrauchte Produktionsanlage, mit der man normale Photovoltaikmodule fertigen kann. »Das war ein kleines Geschäftsfeld, mit dem wir von Anfang an Umsatz generieren konnten. Zugleich band es aber auch immer mehr Manpower, so dass



Foto: TU Pressestelle / Dahl

die Forschung aus dem Fokus geriet«, erinnert sich Podlowski. Schwarze Zahlen schrieb die Firma aber nie, »die Lager- und Einkaufskosten liefen uns weg, Liquidität war immer ein Problem.«

Kurz bevor die finanzielle Förderung des Bundes ausläuft, ist dem Gründer klar, dass *SolarWerk* nicht auf eigenen Beinen stehen kann. »Unsere Umsätze waren zu klein. Wir mussten entweder wachsen oder zumachen.« Podlowski weiß heute, dass er etwas blauäugig an die Sache gegangen ist. »Von BWL hatte ich keine Ahnung.« Man muss sich bewusst werden, was man nicht kann, sagt er, »und man braucht Leute an seiner Seite, die nicht so sind wie man selbst.« Keine »strubbeligen Ingenieure wie mich« zum Beispiel, die sich maßgeblich auf die Technologie fokussieren, sondern »einen, der den Laden auch in punkto Betriebswirtschaft auf Kurs hält.«

AUS DER KRISE ZUM VORSTAND Dennoch, auch eine Krise kann etwas Gutes haben: *SolarWerk* fertigte schon längere Zeit Prototypen für die *SOLON AG*, die kurz nach *SolarWerk* gegründet wurde und damals den Börsengang plante. Die *SOLON*-Gründer schlugen vor, *SolarWerk* zu übernehmen, um die gemein-

samen Kräfte zu bündeln. »Ich habe verkauft, und war damit zumindest schuldenfrei. Und meine mittlerweile sechs Mitarbeiter wurden auch übernommen.«

Podlowski wechselt zu *SOLON*, übernimmt die Produktionsleitung und hat es nie bereut, seine eigene Firma aufgegeben zu haben. »Ich fühle mich sehr verwachsen mit der *SOLON AG*«, sagt Podlowski, der mittlerweile Technologievorstand des mit 850 Mitarbeitern führenden Herstellers von Solarmodulen und Photovoltaiksystemen für solare Großkraftwerke in Deutschland ist. Er schaut aus dem Fenster des Großraumbüros, das er sich mit 30 Kollegen teilt und nickt bekräftigend. »Die *SOLON*-Gründer sind Überzeugungstäter, wie ich. Wir kämpfen gemeinsam für eine nachhaltige Energieversorgung.«

ZUR PERSON

Dr. Lars Podlowski

MOTTO

»Man braucht Leute an seiner Seite, die nicht so sind wie man selbst.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Physik – Dipl.-Phys. (1990)

JAHR DER GRÜNDUNG
1996

MITARBEITER
mehr als 100

UNTERNEHMEN
SOLON AG
www.solon.com



»... hart arbeiten und nicht aufgeben« Dr. Alexander Angersbach biotronix GmbH

Alexander Angersbach stürmt zur Tür herein. Der 48-Jährige hat einen kräftigen, dynamischen Händedruck und eine freundliche und sehr verständliche Entschuldigung für seine halbe Stunde Verspätung parat: Ein Termin mit einem potenziellen Großkunden, der länger dauerte als geplant. »Es gibt nichts Befriedigenderes als zufriedene oder interessierte Kunden«, strahlt der Ingenieur. Es läuft gut für die fünf Mitarbeiter der *biotronix GmbH* in Hennigsdorf bei Berlin. Bereits Ende Juli 2008 haben sie das Geschäftsergebnis des Vorjahres übertroffen.

BAKTERIEN ALS NUTZTIERE *biotronix* entwickelt und baut zwei Geräte, mit denen sich das Wachstum von Bakterienkulturen sehr präzise beobachten, analysieren und vorhersagen lässt. Pionierarbeit haben sie damit geleistet, berichtet Angersbach stolz. Patente schützen das Erreichte. Hilfreich ist die Technik besonders dort, wo Bakterien gewissermaßen als Nutztiere eingesetzt werden, und zwar möglichst effizient. Zum Beispiel bei der Produktion von Insulin, bei der Herstellung probiotischer Kulturen für Getränke und Joghurts oder zur Erzeugung industrieller Enzyme, wie sie in Waschmitteln Verwendung

finden. Produzenten der entsprechenden Produkte aus der Pharmaindustrie sowie den Ernährungs- und Konsumgüterbereichen bedienen sich der *biotronix*-Geräte, die zwischen 4.000 und 40.000 Euro kosten.

VON KONSTANZ NACH KLEINASIEN Abgesehen von der technologischen Expertise ist an der Firma bemerkenswert, dass weder Angersbach noch der zweite Geschäftsführer und Mitgründer Victor Bunin in Deutschland geboren sind. Bunin stammt aus Moskau, Angersbach aus einem kleinen Dorf in der früheren Sowjetunion. Heute liegt es in Usbekistan. »Mein Urgroßvater war Offizier und zog 1880 von Konstanz nach Kleinasien«, erklärt er. Zar Alexander II. lockte mit Land, Privilegien und Religionsfreiheit. Nicht wenige Bürger des Deutschen Kaiserreiches folgten dem Ruf. »Manche Auswanderer gingen nach Westen, in die USA, andere nach Osten«, sagt Angersbach und fügt etwas wehmütig hinzu: »Leider hat die Geschichte letzteren übel mitgespielt.«

Während und nach dem Zweiten Weltkrieg wird das Leben für die Deutschstämmigen in der Sowjetunion schwerer. Es herrscht eine strenge Meldepflicht und die Berufsausübung



Foto: TU Pressestelle / Dahl

wird drastisch eingeschränkt. Als Alexander Angersbach 1977 in Moskau Verfahrenstechnik studiert, sind die Wunden des Krieges soweit geheilt, dass er keine Repressionen mehr erlebt. Von 1995 bis 2003 ist er dann wissenschaftlicher Mitarbeiter des Instituts für Lebensmitteltechnologie und Biologie an der TU Berlin. Auch seine Eltern sowie Schwester und Bruder zieht es nach dem Fall des eisernen Vorhangs zurück in die Heimat ihrer Ahnen. Sie leben heute in Kassel.

MIT LEIB UND SEELE Victor Bunin und er lernen sich 1999 auf einer Messe kennen und schätzen. Aus der Bekanntschaft werden erste gemeinsame Projekte und Kooperationen. Es kristallisiert sich in der Folgezeit heraus, dass sie einer technologischen Innovation auf der Spur sind, aus der sich ein vermarktbares Produkt machen lässt. Im August 2002 heben sie *biotronix* aus der Taufe, mit finanzieller Unterstützung eines Privatinvestors, den sie mit Hilfe des Biotechnologie-Aktionszentrums BioTOP in Berlin-Brandenburg kennen gelernt haben. Anfangs ist die Firma in Räumlichkeiten der TU beheimatet, das senkt die Kosten. Ein Angestelltendasein in der Industrie kann sich Angersbach heute nicht mehr

vorstellen: »Wir sind mit Leib und Seele dabei, wir lieben unsere Geräte.« Eine Art Zehnkämpfer ist jeder Mitarbeiter, zu denen aushilfsweise im Übrigen auch Angersbachs Sohn Andreas zählt. Das klingt anstrengend, und das ist es auch, bestätigt der Chef. »Egal ob Vertrieb, Patente, Entwicklung oder auch mal Labor putzen: Hier muss jeder bereit sein, alles zu machen.« Einmal passte es nicht, die Firma trennte sich von dem Mitarbeiter. »Das war schwierig, aber unumgänglich«, sagt der Gründer, der nach eigenem Bekunden selbst am Wochenende kaum Freizeit kennt. Bei dem Begriff lacht er leise auf: »In meiner Freizeit, da schreibe ich wissenschaftliche Aufsätze.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Energie- und Verfahrenstechnik – Dipl.-Ing. Energie- und Verfahrenstechnik (1982)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2002

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
biotronix GmbH
www.biotronix.de



ZUR PERSON
Dr. Alexander Angersbach

MOTTO
»Überzeugung von der eigenen Idee, hart arbeiten und nicht aufgeben.«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Informationsmöglichkeiten nutzen und sich mit erfahrenen Gründern unterhalten.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»... mit Mut und Ausdauer an seiner Vision arbeiten« Iris Rabener centerra AG

93

Iris Rabener ist seit sieben Jahren Unternehmerin, aber von Konsolidierung und Routine will sie nichts wissen. Anderen Menschen machen zu viele, zu schnelle Veränderungen Angst. Ihr nicht. »Große Ziele liegen mir. Wenn ich dasselbe zu lange mache, langweilt es mich«, sagt die 36-Jährige. Das Gegenteil von Langeweile ist Aufregung, und aufregend ist die Phase, in der sich die Gründerin gerade befindet, durchaus. Eine Zahl verdeutlicht das: Die *centerra AG*, in der sie Aktionärin und Mitglied des Vorstands ist, beschäftigt heute rund 70 Mitarbeiter; 2016 sollen es sage und schreibe 3.500 sein. Da bleibt einem erst einmal die Luft weg. Dazu später mehr.

DIE HARTE SCHULE DER COMPUTERNERDS

Durchatmen. Ende 1998 macht die in Südbaden geborene Iris Rabener ihren Abschluss als Diplom-Medienberaterin an der TU Berlin. Ihr Studienabschluss ist exzellent, was ihr die Tür öffnet für eine Weiterbildungsmaßnahme an der TU Berlin: Managementtraining für Frauen. Rabener pakt ein Dreivierteljahr BWL querbeet: Unternehmensführung, Bilanzierung, Kommunikation, Personalwesen. Ihr erster Job führt sie zu einem Netzwerk Berliner IT-Unternehmen. Als Assistentin der Ge-

schäftsführung koordiniert und organisiert sie Projekte – und legt sich ein dickes Fell zu. »Als Frau war ich da eine Einzelkämpferin. Um mich herum allerlei hochbegabte Computernerds.« Nicht immer einfach, sich da zu behaupten. Andererseits: Eine gute Schule.

KINDERSCHUHE MIT GROSSEM POTENZIAL

Der Impuls, etwas Eigenes zu machen, war auch damals schon stark in ihr, sagt sie. Wahrscheinlich weil sie ein Unternehmertyp ist. Jemand, der gerne Dinge selbst macht, aufbaut und steuert. Gemeinsam mit ihrem Partner Ingo Rau, der ebenfalls Medienberatung an der TU Berlin studierte, und dem IT-Systemexperten Jürgen Neumann macht sie sich Ende 2002 selbstständig. Die Firma heißt *ergomedia* und bietet IT-nahe Beratung und Dienstleistungen an. Für die Gründung brauchen sie neben den 25.000 Euro für die GmbH-Gründung nicht viel. Erste, tragfähige Kundenkontakte existieren aus früheren Jobs.

Aber *ergomedia* ist nur eine Zwischentappe. Ende 2004 bekommen die Firmengründer einen Anruf. Matthias Kreplien und Thomas Kroßner haben eine neue Geschäftsidee im Gepäck: Umfassendes Immobilienmanagement für private und institutionelle Inves-

toren, Banken und Versicherungen sowie Private Equity-Firmen. »Dieser Markt ist seit ein paar Jahren stark im Umbruch. Komplexität und Kundenerwartungen sind enorm gestiegen. Für den, der das beherrscht, gibt es riesige Potenziale«, sagt Iris Rabener.

UM JEDES HAUS KÄMPFEN Das ergomedia-Team ist begeistert von der Vision, Deutschlands erfolgreichster Property Manager zu werden, aber keiner der drei kommt ursprünglich aus der Immobilienbranche. Dementsprechend groß sind die Bedenken. »Ein dreiviertel Jahr lang haben wir uns in die Materie eingearbeitet und am Businessplan gefeilt«, blickt Iris Rabener zurück. Ende 2005 entsteht die *centerra GmbH*; Iris Rabener und Ingo Rau werden zum zweiten Mal Firmengründer. Im Februar 2008 wird aus der GmbH eine AG und *ergomedia* IT-Dienstleister innerhalb der *centerra*-Unternehmensgruppe. All das war harte Arbeit. »Als wir anfangen, war modernes, serviceorientiertes Immobilienmanagement in Deutschland noch ziemlich unbekannt. Dementsprechend schwierig war die Akquise. Es gab eine Zeit, da haben wir um jedes Haus gekämpft.« Lächelnd erinnert sie sich an den ersten großen institutionellen

Anleger, der in seiner Limousine am alten Firmensitz in Kreuzberg vorfuhr: »Das Viertel ist sehr bunt und alternativ. Die trauten sich gar nicht, auszusteigen.« *centerra* hat sich inzwischen einen Namen gemacht und bewiesen, dass das Geschäftsmodell funktioniert. 20.000 Wohnungen verwaltet das Unternehmen in diesem Jahr; mehrere Millionen könnten es langfristig werden. Und deshalb rechnen die Chefs mit einem sprunghaften Wachstum. Das Tempo ist hoch. »Man muss aufpassen, dass man sich selbst und die Mitarbeiter nicht überrollt«, so die Einschätzung von Iris Rabener. »Wir achten darauf, unsere Themen und Aufgaben zu strukturieren, die Zahlen im Blick zu haben, immer wieder die Kunden- und Mitarbeiterperspektive einzunehmen und so den Blick für das Ganze zu bewahren.« Sie kann das – meistens, schiebt sie lächelnd nach. »Gründen ist einfach«, sagt sie. »Die Arbeit kommt anschließend.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Medienberatung –
Dipl.-Medienberaterin
(1998)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2005

MITARBEITER
51–100

UNTERNEHMEN
centerra AG
www.centerra.de



ZUR PERSON
Iris Rabener

MOTTO
»Dran bleiben, und mit Mut und Ausdauer an seiner Vision arbeiten!«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Gründen Sie mit Menschen aus unterschiedlichen Fachdisziplinen, um so zentrale Kompetenzbereiche des Unternehmens abzudecken. Am besten ist meiner Meinung nach eine bunte Mischung aus kreativen, jüngeren und erfahreneren, älteren Gründern.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Wachsen aus eigener Kraft« Dr. Lutz Mackebrandt CMS AG

97

Natürlich hat Lutz Mackebrandt das exakte Datum parat. Es nicht zu wissen, wäre so, als hätte er vergessen, wann er geheiratet hat. Seine Antwort kommt prompt: »6. Juni 1975, der Beginn eines neuen Lebensabschnitts.« An diesem Tag machten er, Claudio Ciacci und Peter Salvers Ernst: Sie kauften zwei hölzerne A-Böcke, legten eine Tischplatte darüber, stellten eine Erika-Reiseschreibmaschine darauf – und gründeten eine GbR. Ein Jahr später folgte die GmbH.

»ES PASSIERTE EINFACH« Über drei Jahrzehnte später ist aus dem Drei-Mann-Büro ein 50-köpfiges Unternehmen geworden. Die CMS AG berät mittelständische Firmen dabei, sich aus einer drohenden oder bereits existierenden Insolvenz befreien zu können. Das Steuer herumreißen, die Firma wieder flott machen, zu Neudeutsch: Turnaround-Management, so lautet der Name dieser Spezialdisziplin. CMS konzipiert die Restrukturierung und Sanierung von Unternehmen und führt diese durch – oder begleitet sie durch den Konkurs.

»Die Gründung passierte einfach«, blickt der 61-Jährige, der 1974 an der TU Berlin als Wirtschaftsingenieur abschloss und vier Jahre spä-

ter promovierte, zurück. Ein befreundeter Doktorand arbeitete damals an der Personalplanung für ein großes Ingenieurbüro. Die Zeit wurde knapp, er brauchte Hilfe. Mackebrandt, der damals noch eine Karriere als Fachhochschulprofessor ansteuerte, und seine zwei Mitdoktoranden Claudio Ciacci und Peter Salvers sprangen ein. Dem ersten Auftrag folgte der zweite, dann der dritte, und so weiter. Anfangs noch unbewusst legten die drei das Fundament für das eigene Unternehmertum.

AUS EIGENER KRAFT Lutz Mackebrandt stammt aus Hamburg, aus einem behüteten Elternhaus. Ein Einzelkind, das ursprünglich Flugzeugbauer werden wollte. Jahre später blicken ihn seine Eltern verständnislos an, als er ihnen eröffnet, den alles in allem behaglichen Job im akademischen Auslandsamt der TU Berlin eintauschen zu wollen gegen das unsichere Terrain der »freien Wirtschaft.« Anfangs sind die drei Gründer völlig auf sich selbst gestellt: Es gibt keine Gründerseminare, keine Business-Angels, keine Vorbilder. »Aber«, schiebt Mackebrandt nach, »wir hatten neben der akademischen Ausbildung, Fähigkeiten, die uns halfen: Vernetztes Denken, Lernfähigkeit und soziale Kompetenz.«

Die drei arbeiten hart und haben Erfolg. CMS wächst und gedeiht, »aber immer aus eigener Kraft«, betont der Gründer. Auf Bankkredite haben die sich selbst als vorsichtig bezeichnenden Unternehmer immer verzichtet. »Ich halte das nach wie vor für einen vernünftigen Weg, sofern man auf Fremdkapital verzichten kann«, sagt Mackebrandt. »Organisches Wachstum ist mit hoher Wahrscheinlichkeit gesundes Wachstum.«

ANSTÄNDIGKEIT – MIT SPITZEM »ST« Optimismus, Risikobereitschaft, Selbstvertrauen und Anständigkeit – mit spitzem hanseatischem »st« – zählt Mackebrandt als Schlüsselqualifikationen für einen Unternehmer auf. »Man muss einfach gerne selbst und vor allem ständig arbeiten wollen.« Ihn selbst habe diese Art von Tunnelblick, der besonders in den ersten Firmenjahren ausgeprägt war, die erste Ehe gekostet, gibt er unumwunden zu. »Jeden Samstag im Büro zu verbringen war damals völlig normal«, sagt er. Die moderne Kommunikationstechnik sei in dieser Hinsicht ein Segen: Dank EDV, Blackberry und Handy muss heute nicht jede Besprechung im Büro stattfinden, was wiederum dem Familienfrieden dient.

Heute bereitet sich Lutz Mackebrandt langsam – »ganz langsam«, betont er – auf den Ruhestand vor. Im vergangenen Jahr machte er auf eigenen Wunsch Platz für die nächste Generation. Er schied aus dem CMS-Vorstand aus, seitdem ist er im Aufsichtsrat seiner Firma aktiv und kümmert sich weiter um die Geschäfte in Russland. »Unternehmensnachfolge ist ein schwieriges Thema«, gibt er zu. »Man muss sich zwingen, die Dinge formal korrekt zu regeln, das ist wichtig.« Im Grunde sei derjenige der beste, der den in die Jahre gekommenen Chef am schnellsten loswerden will. Aber das sei auch nur ein Aspekt, sagt Mackebrandt. Drei Versuche brauchte er, um den Richtigen zu finden. Und der Richtige ist, wenn wundert's, ein Absolvent der TU Berlin.

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Wirtschaftsingenieurwesen –
Dipl.-Ing. Wirtschafts-
ingenieurwesen (1974)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1975

MITARBEITER
51–100

UNTERNEHMEN
CMS Societät für
Unternehmensberatung AG
www.cms-ag.de



ZUR PERSON
Dr. Lutz Mackebrandt

MOTTO
»Wachsen aus eigener Kraft.«

ENGAGEMENT
ehrenamtlicher Richter
beim Finanzgericht Berlin /
Gründungsmitglied des Berlin-
Brandenburger Arbeitskreis für
Insolvenzrecht e. V. / Mitglied
der Vollversammlung der IHK
Berlin und der Etatkommission
/ Mitherausgeber der
Zeitschrift KSI Krisen-, Sanie-
rungs- und Insolvenzberatung,
Erich Schmidt Verlag / Präsi-
diumsmitglied des Bundesver-
bandes der Freien Berufe / stv.
Mitglied des Verwaltungsrates
der Bundesagentur für Arbeit

PREISE
Träger des Bundesverdienst-
kreuzes



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Wir haben noch eine Menge Ideen ...« Wieland Mann enprobe GmbH

101

Für Uneingeweihte ist der Campus der TU Berlin ein Labyrinth. Wieland Mann ist schwer zu finden. Und wenn man ihn gefunden hat, bleibt es unübersichtlich. »Am besten setzen wir uns hierher«, sagt der schlanke Elektrotechniker und deutet auf zwei Bürostühle, die vor einem Schreibtisch stehen. In seinem Labor herrscht ein mittleres kreatives Chaos. Auf den Tischen liegen Kabel und Platinen zwischen Messgeräten, Mikroskopen und Lötkolben. Das ist der Arbeitsplatz eines Gründers, der, so sagt er selbst, mit seinen Füßen eher auf dem Boden der Forschung als im Unternehmertum steht.

DIE NISCHE: ANTENNEN VERMESSEN *enprobe* heißt die junge Firma. Sie bewegt sich in einem Nischenmarkt, und obwohl eine Nische an sich schon klein ist, sollte man noch das Wörtchen winzig voranstellen. Seit Anfang des Jahres verkauft die *enprobe GmbH* ein einmaliges Produkt, mit dem man zum Beispiel Mobilfunkantennen besonders genau messen und auf diese Weise einen guten und stabilen Handyempfang ermöglichen kann. Das Herzstück des entsprechenden Gerätes ist ein kaum Fingernagel großer Sensor, der über ein dünnes Kabel mit der übrigen Elektronik

des Messgerätes verbunden ist. Der Clou: Das Kabel enthält ausschließlich Glasfasern, beeinflusst oder stört somit das zu messende elektrische Feld selbst nicht.

Hervorgegangen ist die Innovation aus einem medizintechnischen Projekt, bei dem es um Messungen an Tumorgewebe gehen sollte. Zwölf Jahre lang wurde in einem Sonderforschungsbereich der DFG geforscht, ohne dass es einen durchschlagenden Erfolg gab. »2002 entschieden wir, dass wir in Richtung Mobilfunk und Antennenmessung gehen wollen, um die Forschung auch in eine Anwendung überführen zu können«, sagt der in ein weißes T-Shirt und Jeans gekleidete Berliner.

»UNSER KNOW-HOW, UNSERE GRÜNDUNG«

Anfang 2004 fragte ein Messtechnikhersteller an, ob die Technologie zu verkaufen sei. Nach einem Treffen mit Mitarbeitern des Unternehmens stand für die Forscher fest, dass eine Veräußerung nicht in Frage kommt, sie wollen es selbst in die Hand nehmen. Gemeinsam mit seinem Mentor und Mitgründer Prof. Klaus Petermann vom Fachgebiet Hochfrequenztechnik/Photonik und dem dortigen Technologieleiter Jürgen Bruns reifte der Entschluss, eine GmbH zu gründen. »Es war ja schließlich

unser Know-how, warum sollten wir es nicht selbst machen?«, sagt Wieland Mann, der von 1991 bis Ende 2000 mit einem dreijährigen Intermezzo in Jura Elektrotechnik an der TU Berlin studierte. Im Juni 2004 wird die *enprobe GmbH* ins Handelsregister eingetragen. Einige Monate später schloss *enprobe* einen Entwicklungsvertrag mit einem Messtechnikhersteller ab, für ein Gerät, das sehr komplex sein sollte. Wieland Mann guckt kurz aus dem Fenster und erinnert sich: »Im Grunde waren wir aber ein bisschen naiv.« Der Kontrakt sah vor, dass innerhalb von eineinhalb Jahren ein serienreifes Gerät fertig gestellt werden sollte. »Unrealistisch! Ich hätte mich da nicht so drängen lassen sollen.« Nach einiger Zeit wird klar, dass der Termin nicht zu halten sein wird. Zum Glück hatte sich *enprobe* ein Hintertürchen offen gehalten: eine Ausstiegsklausel, die ein Ende ohne allzu große wirtschaftliche oder juristische Schrecken ermöglichte.

»EINE RICHTIG GROSSE FIRMA WERDEN WIR SICHER NICHT« Seitdem besinnen sich Wieland Mann und seine Kollegen wieder auf ihre eigene Kraft. 17.000 Euro kostet eines ihrer Geräte; der Verkauf lief Anfang des Jahres an. Interessenten sind bislang vor allem Hoch-

schulen und Forschungsinstitute. »Wir haben noch eine Menge Ideen, um das Produkt weiterzuentwickeln«, sagt Mann. »Aber eine richtig große Firma werden wir sicher nicht.« Acht bis zehn Mitarbeiter könnten es mittelfristig werden; die Kooperation mit einem Vertriebspartner ist denkbar. Für mehr sind Markt und Nachfrage vermutlich zu klein. Enttäuschend findet Wieland Mann, der seine spärliche Freizeit am liebsten mit seiner Frau und seinen zwei Kindern verbringt, diese Perspektive aber nicht. Im Gegenteil. Er deutet mit einer Handbewegung auf das Kuddelmuddel in seinem Labor. »Wir bleiben bestimmt auf diesem halbakademischen Level – und wir sind zufrieden damit.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik
(2000)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2004

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
enprobe GmbH
www.enprobe.de



ZUR PERSON
Wieland Mann

MOTTO
»Wir haben noch eine Menge
Ideen ...«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Man wird nicht alles richtig
machen, sondern auch reich-
lich Fehler – egal wie man’s
macht. Also nicht verzweifeln,
sondern »nur« seine Fehler
erkennen und daraus lernen.
Ehrlich zu sich selbst sein, in
jeder Beziehung.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Don't dream it – do it« Oliver Tzschätzsch ESCON GmbH

105

Man kennt diese Geschichten aus seinem eigenen Leben oder aus Erzählungen von Freunden: Zwei Menschen begegnen sich scheinbar zufällig. Mit der Zeit aber stellt sich das Zusammentreffen als quasi schicksalhaft dar, als habe die Geschichte diesen und nur diesen einen Weg nehmen können. In der Liebe ist es manchmal so oder bei guten Freundschaften, aber auch im Geschäftsleben. Der »Fall ESCON« steht dafür.

GESUCHT UND GEFUNDEN Die beiden Gründer, die sich 1997 gesucht und gefunden haben, heißen Bernd-Christoph Schulze und Oliver Tzschätzsch. Damals arbeitet Schulze – Energie- und Verfahrenstechniker und angehender Spezialist für Zuckertechnologie – an seiner Promotion am Zuckerinstitut der TU Berlin, für die er einen Forschungsaufenthalt in Südafrika eingeplant hat. Plötzlich springt sein potenzieller Mitbewohner für das Appartement in Durban ab, der ihn überdies in der Forschung unterstützen sollte. Das gesamte Vorhaben gerät ins Wanken. Im Spaß sagt ein Bekannter zu ihm: »Ich kenne einen, der surft gerne.« Südafrika ist ein Surferparadies – und obendrein ist der Kandidat, Oliver Tzschätzsch, ebenfalls Energie- und Verfah-

renstechniker, der sich – Zufall? Schicksal? – auch auf die Verarbeitung von Zucker spezialisiert hat. Tzschätzsch muss sich innerhalb von vier Stunden entscheiden. Er sagt »ja«.

Aus dem überraschenden Zusammentreffen wird mehr: Die beiden gründen fünf Jahre später die *ESCON GmbH*. Das Unternehmen plant, entwirft und baut großtechnische Ionenaustausch- und Chromatographieanlagen für die Rüben- und Rohrzuckerindustrie. Mit den Verfahren werden Flüssigkeiten und Sirupe enthärtet und entfärbt sowie das Nebenprodukt Melasse entzuckert. Mit dem Know-how von *ESCON* lässt sich die Effizienz einer Fabrik erhöhen: Betriebskosten und Energiebedarf sinken, Kapazität, Produktqualität und Zuckerausbeute steigen. Vor allem die technische Chromatographie gewinnt als Trennverfahren ohne die Zuhilfenahme von Chemikalien zunehmend an Bedeutung, so dass *ESCON* derzeit neue Geschäftsfelder in jungen Industriezweigen erschließt.

ALLES AUF ZUCKER! Insgesamt zehn Mitarbeiter hat *ESCON* heute, der Umsatz liegt bei fast drei Millionen Euro jährlich, den das Unternehmen fast ausschließlich im Ausland macht: In Russland, Polen, den USA, aber auch in Ma-

laysia, Indonesien und diversen Ländern Nordafrikas und des Mittleren Ostens. Wo die Konsumgüterindustrie wächst, steigt der Bedarf an Zucker und an Zucker erzeugender Industrie. »Dort ist die Nachfrage besonders hoch«, sagt Oliver Tzschätzsch. Zudem gibt es weltweit nur einen echten Konkurrenten – dem gegenüber hat ESCON aber den Vorteil, die Patente der US-Firma Amalgamated Research Inc. für die Chromatographie-Verfahren nahezu exklusiv nutzen zu können. ESCON ist langsam gewachsen, Schritt für Schritt. Nach dem Südafrika-Aufenthalt ging es zunächst, flankierend zur Promotion, los mit den ersten Gutachten und Studien. Tzschätzsch und Schulze knüpften Kontakte auf Fachkonferenzen. Aus den Kontakten wurden Aufträge, die mit der Zeit immer größer wurden. Von alleine ging gar nichts. Die beiden arbeiteten hart, sie wussten, wie das ist, »wenn man um Kunden kämpfen muss«, erklärt Tzschätzsch. Zug um Zug, mit viel Beharrlichkeit wird schließlich aus dem Nebenjob eine Vollzeitaktivität. Zugute kommt ihnen einerseits, dass sie außer der Büroustattung keine Investitionskosten haben. Schuldendruck existiert nicht. Andererseits sind sie unterschiedliche Charaktere – und er-

gänzen sich gerade deswegen gut. »Jeder hat seine Stärken und Schwächen, wir gleichen uns aus«, betont Oliver Tzschätzsch. Jeweils alleine hätten sie es wohl nicht so weit gebracht, ist er sicher.

DAS GRÜNDER-GEN? Eine dritte Person hat ESCONs Entwicklung zudem positiv beeinflusst: Ein pensionierter, sehr erfahrener Anlagenbauingenieur, der den Gründern als Business-Angel seit 2004 unter die Arme greift. Insbesondere bei allen Themen, die mit taktischem, betriebswirtschaftlichem und juristischem Know-how in Verbindung stehen, ist er eine bisweilen unverzichtbare Stütze. Dass aus den Verfahrenstechnikern Schritt für Schritt Unternehmer wurden, hat aber noch einen weiteren Grund: »Irgendwie haben wir wohl beide das Gründer-Gen«, sagt Oliver Tzschätzsch rückblickend. Weder ihn noch seinen Kompagnon habe etwa das Angestellendasein in der Industrie jemals gereizt. »In einem Unternehmen kann man Karriere machen, aber der Weg ist vorgezeichnet«, sagt der 38-Jährige. »Als Unternehmer dagegen geht es hinter dem Horizont immer weiter, und der Kurs bleibt ungewiss. Das macht es herausfordernd und spannend!«

ZUR PERSON
Oliver Tzschätzsch

MOTTO
»Don't dream it – do it.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Die vielen unvermeidlichen und teilweise vergifteten Ratschläge mit gesundem Menschenverstand filtern und seinem eigenen Instinkt vertrauen.

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)
Energie- und Verfahrenstechnik – Dipl.-Ing.
Energie- und Verfahrenstechnik (1998)

JAHR DER GRÜNDUNG
2002

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
ESCON Engineering Services and Consulting GmbH
www.escon-gmbh.com





Erste Adresse für Unternehmen!

Sie sind Investor und wollen sich in Berlin ansiedeln? Bei Berlin Partner erhalten Sie jede Unterstützung: Kompetent, unbürokratisch, schnell und kostenfrei!

- Zahlen und Fakten zur Wirtschaftsregion Berlin
- Informationen zu Fördermöglichkeiten und Finanzierungswegen
- Hilfe bei der Suche nach geeigneten Unternehmensgrundstücken und Büroflächen
- Kontakte zu Behörden, Banken, Kammern, Verbänden, Netzwerken
- Unterstützung bei Personalbeschaffung, Ausbildungs- und Weiterbildungsmaßnahmen

Sie sind ein Berliner Unternehmen und wollen neue Märkte erschließen?

Berlin Partner begleitet Sie mit attraktiven Dienstleistungen:

- Beratung in Fragen der Außenwirtschaft
- Europa-Service durch das Enterprise Europe Network (EEN) und die Wirtschaftsrepräsentanz Berlin-Brandenburg in Brüssel
- Vermittlung von Kooperationspartnern
- Durchführung von Unternehmerreisen
- Organisation von Messegemeinschaftsständen für Berliner Firmen

Sie wollen sich für den Standort Berlin engagieren? Werden Sie Berlin-Partner, profitieren auch Sie von einem starken, mehr als 170 nationale und internationale Unternehmenumfassenden Netzwerk! Als Berlin-Partner genießen Sie exklusive Vorteile:

- Unterstützung Ihrer Aktivitäten in Berlin, z. B. durch Veranstaltungs- und Gästebetreuung
- Zugang zur Politik und zum diplomatischen Netzwerk in Berlin
- Kontakte zu den Partnerstädten Berlins
- Teilnahme und werbliche Darstellung Ihrer Firma im Rahmen des offiziellen Standortmarketings der Stadt Berlin und bei Veranstaltungen der Berlin Partner GmbH
- Nutzung des Berlin-Logos für die eigene Unternehmenskommunikation

Berlin Partner GmbH
Ludwig Erhard Haus
Fasanenstraße 85 | 10623 Berlin

Geschäftsführer: René Gurka
Aufsichtsratsvorsitzender: Harald Wolf,
Senator für Wirtschaft, Technologie
und Frauen

info@berlin-partner.de
www.berlin-partner.de
www.businesslocationcenter.de

tel +49 30 39980 - 0
fax +49 30 39980 - 239



Anzeige

IBB BerlinINTRO

*Andere spielen noch zu Hause –
Sie in der Hauptstadt.*

Mit IBB Berlin INTRO schaffen Sie sich die finanziellen Voraussetzungen für Ihre unternehmerische Zukunft. Wir unterstützen Sie beim Aufbau Ihres eigenen Unternehmens in Berlin.

Wir beraten Sie gern:
Telefon: 030 / 2125-4747
E-Mail: zukunft@ibb.de
www.ibb.de/berlinintro

**Investitionsbank
Berlin**
Leistung für Berlin.

Anzeige

Büro- und Gewerbeflächen in ganz Berlin

Vielfalt in der Summe. Individuell im Detail.

Die ORCO-GSG bietet idealen Raum für fast jedes Business, jede Geschäftsidee. Mit rund 850.000 m² sind wir führender Gewerbeflächenanbieter in Berlin. Ob Start-Up, High-Tech-Unternehmen, Kreativagentur, klassische Dienstleister oder produzierendes Gewerbe – wir sind Partner unserer Mieter und fördern mit unseren Mietangeboten Ihren wirtschaftlichen Erfolg.

www.orco-gsg.de

ORCO GSG |

Vermietung 030 - 390 93 114



Technologie Coaching Center Ein Unternehmen der IBB

Die TCC Technologie-Coaching-Center GmbH bietet über ihr Projekt Technologie Coaching Center (TCC) subventionierte Beratung für Existenzgründer sowie bestehende Unternehmen an, die innovative, technologieorientierte Produkte und Dienstleistungen entwickeln, herstellen oder vermarkten.

Subventionierte Beratung heißt, dass das TCC große Anteile der Beraterhonorare übernimmt, so dass sich auch kleinere Unternehmen diese wertvolle Unterstützung, das Know-How, die Erfahrung und die Kontakte hoch qualifizierter Berater leisten können. So sind etwa die ersten 2 Beratertage kostenfrei sind, erst ab dem 3.–8. Beratertag beteiligen sich z. B. bestehende Unternehmen mit einem Entgelt von 275 Euro pro Beratertag.

Für die geförderte Beratung – Coaching – stellt das TCC den Unternehmen ausgewählte freie Berater zur Seite, die ihre Fach-, Branchen- und Managementkompetenz einbringen um Know-how-Lücken zu schließen und als praxisorientierte Sparringspartner dienen.

Der Coach begleitet die Unternehmen im Sinne einer »Hilfe zur Selbsthilfe« sowohl in der Ideen- und Gründungsphase als auch in späteren Wachstums- oder Umstrukturierungsphasen v. a. bei betriebswirtschaftlichen Überlegungen.

Zentrale Coaching-Ziele sind z. B. das Fertigstellen oder Optimieren eines Businessplans, die Klärung von Finanzierungsfragen oder Hilfe bei Marketing, Vertrieb und Controlling. Darüber hinaus zielt das Coaching auf die Verbesserung der Managementkompetenz, die Überprüfung von Geschäftsmodellen und das Herausarbeiten von Kernkompetenzen ab. Mithilfe ihres weit reichenden Netzwerkes bieten die Coaches der TCC GmbH den Zugang zu möglichen Geschäftspartnern, neuen Märkten und Kapitalgebern. Sie bereiten die Unternehmen optimal auf die Anforderungen von Finanziers vor und schaffen die Grundlagen für die Nutzung von Förderprodukten und Beteiligungen.

Ergänzt wird das Coaching durch ein umfangreiches Seminar- und Workshopangebot.

Die TCC GmbH ist eine hundertprozentige Tochter der Investitionsbank Berlin (IBB) und wird durch die EU (EFRE) sowie das Land Berlin gefördert.

KONTAKT

TCC GmbH – Technologie Coaching Center
Bundesallee 210, 10719 Berlin
Herr Andreas Bißendorf
Frau Gabriele Gruber
Tel. (030) 46 78 28-0, Fax (030) 46 78 28-23
E-Mail info@tcc-berlin.de
Internet www.tcc-berlin.de

IDEE UND KONZEPTION

TU Berlin | Gründungsservice

Umsetzung:

Christine Keller, Dr. Carolin Rebensburg

KOOPERATION

Nationales Alumniprogramm der TU Berlin

TEXTE

Marc-Stefan Andres *andres@diverse-dinge.de*

Peter Gaide *gaide@diverse-dinge.de*

GESTALTUNG

© sans-serif, Berlin | www.sans-serif.de

DRUCK

Medialis, Berlin

AUSSTELLUNG

Gestaltung: Henrik Schrat | www.henrikschrat.de

Produktion: TU Berlin | Abteilung IV,

Team Dienstleistungspool

VERLAG

Diverse Dinge | www.diverse-dinge.de



TU Berlin | Gründungsservice

Hardenbergstraße 36A

10623 Berlin

www.gruendung.tu-berlin.de

ISBN-Nr. 978-3-931979-02-7

Stand: November 2008, Schutzgebühr 15 Euro